

VYSOKÁ ŠKOLA BÁNSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA PRÁVA

Nejčastější případy poškození spotřebitele a jejich řešení  
Most frequent cases of damage to consumers and their resolution

Student: Bc. Kamila Poledníková  
Vedoucí diplomové práce: JUDr. Bohuslav Halfar

OSTRAVA 2011

Místopřísežné prohlášení

„Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci včetně všech příloh vypracovala samostatně“.

V Ludgeřovicích 29.4.2011

.....

Kamila Poledníková

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Právní úprava ochrany spotřebitele .....</b>	<b>3</b>
2.1	Prameny práva ochrany spotřebitele .....	3
2.2	Vybrané právní předpisy upravující ochranu spotřebitele.....	7
2.2.1	Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele.....	7
2.2.2	Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci .....	13
2.2.3	Trestní zákoník .....	17
<b>3</b>	<b>Příčiny a důsledky poškozování spotřebitelů .....</b>	<b>21</b>
3.1	Příčiny poškozování spotřebitelů.....	21
3.1.1	Právní příčiny .....	21
3.1.2	Ekonomické příčiny.....	23
3.1.3	Jiné příčiny .....	24
3.2	Důsledky poškozování spotřebitelů.....	27
3.2.1	Právní důsledky .....	27
3.2.2	Ekonomické důsledky .....	33
<b>4</b>	<b>Nejčastější případy poškozování spotřebitelů a jejich řešení.....</b>	<b>37</b>
4.1	Nejčastější případy poškozování spotřebitelů dle České obchodní inspekce.....	37
4.1.1	Případ č. 1 – Šízení spotřebitelů v pohostinství.....	37
4.1.2	Případ č. 2 – Reklamace .....	43
4.1.3	Případ č. 3 – Prodej padělků (napodobenin).....	46
4.1.4	Případ č. 4 – Poškozování spotřebitelů v obchodech s potravinami .....	48
4.1.5	Případ č. 5 – Cestovní kanceláře .....	53
4.1.6	Shrnutí .....	56
4.2	Vlastní výzkum.....	57
4.2.1	Vyhodnocení výzkumu.....	57
4.2.2	Shrnutí .....	60
<b>5</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>62</b>

# 1 Úvod

Téma mé diplomové práce jsou Nejčastější případy poškozování spotřebitelů a jejich řešení. Objektem mé práce jsou tedy poškození spotřebitelé, řešení případů vzhledem k délce a náročnosti mé práce, zaměřuji pouze na veřejnoprávní oblast.

Toto téma jsem si zvolila, jelikož mne zajímá spotřebitelská tematika a ráda bych i v budoucnu řešila situace s ní spojené. Dalším důvodem výběru právě tohoto tématu byla má osobní nepříjemná zkušenost s mnohými nepoctivými obchodníky.

V první části obsahové stránky práce se zabývám právní úpravou ochrany spotřebitele, a to především v oblasti jejich pramenů, konkrétně zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, zákona č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci a Trestním zákoníku.

V druhé části rozebírám jaké mohou být příčiny, jenž vedou podnikatelé k nepoctivým praktikám (obchodům). Tyto příčiny uvádím jednak z pohledu právní úpravy oblasti ochrany spotřebitele, jednak z ekonomických důvodů podnikatelů, tak také z oblasti psychologické, kde velkou roli hrají nejrůznější marketingové tahy prodávajících. Součástí tohoto oddílu jsou samozřejmě také důsledky, jenž mohou tímto jednáním obchodníků vzniknout. Prvním typem důsledků, které uvádím v mé práci, je určitá právní odpovědnost podnikatelů, konkrétně odpovědnost dle práva správního a dle práva trestního. Druhým typem důsledků jsou pak určité ekonomické problémy, které rozdělují na mikroekonomické, jenž se týkají jednotlivců a makroekonomické, postihující celou společnost.

Poslední část práce je praktického zaměření, ve které uvádím vybrané nejčastější případy poškozování spotřebitelů, jenž jsem zvolila na základě konzultace s pracovníkem České obchodní inspekce a krátký výzkum, který jsem zpracovala na základě výsledků mého vytvořeného dotazníku.

Hlavním cílem mé práce bude zjištění, jaké jsou nejčastější případy poškozování spotřebitelů a jak se řeší z pohledu veřejného práva, konkrétně především České obchodní

inspekce. S tímto hlavním cílem budou souviset i mé dílčí cíle. Těmito cíli pak bude zjištění na základě mého vytvořeného výzkumu, kterým chci zmapovat, jestli respondenti již byli nějakým obchodníkem poškozeni, kde se nejčastěji s touto negativní zkušeností setkali, jak ji řešili, jaký je jejich názor na dozorový orgán v oblasti ochrany spotřebitele – Českou obchodní inspekci, a jaká je jejich znalost v této oblasti.

## 2 Právní úprava ochrany spotřebitele

### 2.1 Prameny práva ochrany spotřebitele

„Ochrana spotřebitele je jednou z podmínek dobře fungujícího tržního hospodářství. Na jedné straně je zastřešována státem, který vypracovává a zajišťuje zákony o ochraně spotřebitele na daném území. Na druhé straně vznikají dobrovolná sdružení na ochranu spotřebitelů, která mají za cíl informovat spotřebitele, vychovávat je k odpovědnému rozhodování na trhu a prosazovat jejich zájmy ve státních orgánech (např. při vytváření zákonů, norem, nařízení vlády, vyhlášek). Tato sdružení zastupují spotřebitele i při některých soudních sporech.“ [8, str. 55]

Ochrana spotřebitele není dosud v českém právním řádu komplexně zpracována, upravuje ji velké množství právních norem téměř všech právních odvětví. S ohledem na tuto skutečnost tedy rozhodně není tímto právním rozbohem úprava ochrany spotřebitele plně vyčerpána. [12]

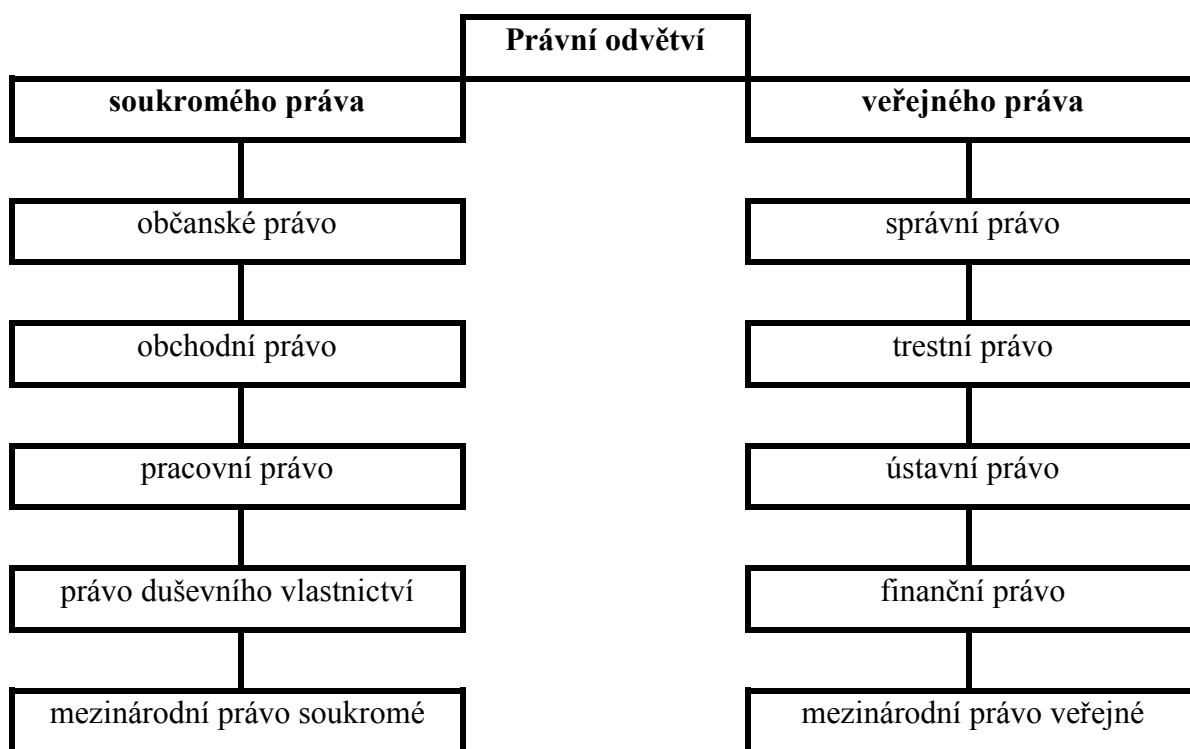
Jak jsem se již zmínila v předcházejícím odstavci, pro ochranu spotřebitele jsou důležité právní normy téměř všech právních odvětví, které se určitým způsobem problematiky ochrany spotřebitele dotýkají. [4]

*„Právo ochrany spotřebitele lze tedy charakterizovat jako roztríštěný systém právních norem, které mají společný předmět právní úpravy, a to ochranu spotřebitele jako slabšího článku spotřebitelsko-právního vztahu.“* [4, str. 12]

Primární předmětem této úpravy je tedy ochrana spotřebitele, jenž je slabším článkem spotřebitelsko-právního vztahu, což je vztah mezi spotřebitelem a prodávajícím – profesionálem. Prodejce je považován za profesionála, jelikož na rozdíl od běžného spotřebitele je znalý právního prostředí, je ekonomicky silnější a má za sebou již rozsáhlou praxi ohledně ochrany svých práv.

Mezi prodávajícím a spotřebitelem tak vzniká určitá nerovnost, kterou se snaží právní řád kompenzovat. Stanoví tak v právních předpisech řadu ustanovení, od kterých se nelze odchýlit, a to buď vůbec, nebo aby daná změna vedla v neprospěch spotřebitele.

[4] [3]



**Obr. 2.1 Schéma – právní odvětví**

Ze schématu lze vidět rozdělení právních odvětví, které zasahují do oblasti týkající se ochrany spotřebitele. Právní odvětví jsem rozdělila do dvou „větví“. Každá „větev“ z tohoto obrázku má v oblasti ochrany spotřebitele určitý význam a zasahuje do ní z jiného hlediska.

Oblast spotřebitelského práva tedy upravují právní normy, jenž se dělí na:

- a) soukromoprávní
- b) veřejnoprávní.

### **Soukromoprávní úprava**

Soukromoprávní úprava je z hlediska ochrany spotřebitele tvořena zejména předpisy občanského práva a práva obchodního. Typické pro soukromoprávní vztahy je rovnost subjektů. Orgánem ochrany spotřebitele je v této úpravě soud. Poškozený subjekt se proto sám domáhá nápravy a to prostřednictvím podání žaloby.

Soukromoprávní oblast ochrany spotřebitele se zabývá především úpravou spotřebitelských smluv, jejichž legislativní základ je obsažen v občanském zákoníku v § 52 - § 65.

Charakteristické rysy nejčastěji používaných typů spotřebitelských smluv jsou upraveny převážně v občanském zákoníku. Spotřebitelskými smlouvami jsou například smlouva kupní, smlouva o dílo, případně pak jiné smlouvy, a to v případech, kdy smluvními stranami jsou na jedné straně spotřebitel a na druhé straně prodejce, popřípadě dodavatel. Jedná se tedy o smlouvy, které běžně uzavírá spotřebitel jako konečný člen obchodního řetězce. Smlouvy, jejichž účelem je zakoupení zboží či služby spotřebitelem pro přímou spotřebu.

Soukromoprávní úprava pak také stanoví podmínky pro prodej mimo provozovnu, pro prodej za pomoci technických zařízení, ale také i zákaz určitých ustanovení ve spotřebitelských smlouvách, jenž by mohly způsobit nerovnovážný stav mezi spotřebitelem a prodejcem. Chrání tak spotřebitelovu „bezbrannost“, která se může projevit v donucení spotřebitele přijmout nepříznivé smluvní podmínky.

[12], [7], [3]

## **Veřejnoprávní úprava**

Veřejnoprávní úprava umožňuje sankcionovat porušení práv a povinností bez konkrétního potřebného jednání spotřebitele. Zajišťují ji orgány státní správy a další subjekty, které zákon stanoví. Tyto orgány a subjekty rozhodují prostřednictvím správního řízení. Oproti soudnímu řízení je řízení před správními orgány rozhodně rychlejší a pružnější.

Pro veřejné právo je typický vztah podřízenosti a nadřízenosti, tedy kde jedna ze stran (většinou se jedná o státní orgán) je oprávněna autoritativně rozhodovat o právech a povinnostech druhé strany. [7]



Veřejné právo je zaměřeno na ochranu věcí veřejných, veřejného pořádku, veřejných institucí a podobně. Z tohoto výčtu lze usoudit, že na ochraně těchto zájmů má zájem celá společnost. Ochranu společnosti lze tak realizovat buď formou individuálního podnětu, nebo prostřednictvím orgánů dohlížejících na ochranu veřejných věcí, tedy z úřední povinnosti. Spotřebitel je tedy chráněn veřejnou mocí, aniž by o tom musel sám vědět. Příkladem může být vynucování hygienických norem v pohostinství. [4]

Veřejnoprávní ochranu spotřebitele zajišťuje zejména zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění, který upravuje řadu podmínek podnikání významných z hlediska ochrany spotřebitele, úkolů veřejné správy v oblasti ochrany spotřebitele, oprávnění spotřebitelů a činnost spotřebitelských sdružení. [12]

Jak je již patrné z obrázku č. 1, do veřejnoprávní oblasti patří také právo trestní, právo ústavní, právo správní a podobně. Patří sem však i nejrůznější vyhlášky týkající se zejména různých hygienických opatření, dozoru nad dodržováním pravidel podnikání a podobně.

Veřejnoprávní ochrana má tedy především funkci preventivní, kdy správní orgány dohlíží na řádné fungování trhu a právní chování soutěžitelů na tomto trhu, a to z hlediska ochrany hospodářské soutěže. Preventivnost spočívá i v kontrole kvality a zdravotní nezávadnosti zboží a služeb a poctivosti prodeje a nabízení zboží či služeb nabízených a poskytovaných spotřebiteli. Toto pak může mít za následek například pozastavení živnostenského oprávnění či zákaz prodeje. Kromě funkce preventivní zajišťuje také ochranu následnou, kterou může být při porušení určitých zákazů či nařízení, udělení pokuty.

[12]

## **2.2 Vybrané právní předpisy upravující ochranu spotřebitele**

S ohledem na skutečnost, že ochrana spotřebitele je upravována mnoha právními normami, předpisy a zákony a vzhledem k rozsahu a možnostem mé práce, zabývám se ochranou spotřebitele jen z pohledu veřejného práva. Z této oblasti budu rozebírat ochranu spotřebitele pouze z hlediska trestního a správního práva a také tuto problematiku zkoumat v rámci zákona o ochraně spotřebitele a také z pohledu a pravomocí České obchodní inspekce, kterou upravuje zákon o České obchodní inspekci.

[12]

### **2.2.1 Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele**

#### **Charakteristika zákona**

Ochranu spotřebitele upravuje mnoho právních norem a zasahuje do ní mnoho právních odvětví, ale jak jsem již uvedla v přecházející podkapitole, zákon o ochraně spotřebitele patří mezi hlavní zákony týkající se této problematiky. Tento zákon se vztahuje na nabízení a prodej výrobků a na nabízení a poskytování služeb na území České republiky, a stanovuje některé podmínky podnikání, které jsou pro ochranu spotřebitele významné.

[7], [12]

#### **Vymezení zákona**

Zákon o ochraně spotřebitele je rozdělen do čtyř částí. Z nichž v první části se hovoří o základních pojmech a subjektech vztahujících se k předmětu a obsahu spotřebitelských vztahů. Další část tohoto zákona je věnována povinnosti při prodeji výrobku a poskytování služeb. V této části je stanovena poctivost prodeje výrobků a služeb, zákaz diskriminace spotřebitele, zákaz klamání spotřebitele a informační povinnost prodávajícího.

Prodávající je proto povinen dle zákona prodávat výrobky ve správné hmotnosti, míře nebo množství a umožnit spotřebiteli překontrolovat si správnost těchto údajů. Tyto výrobky musí být v předepsané nebo schválené jakosti nebo v jakosti prodávajícím uváděné či v jakosti obvyklé.

### **Informační povinnosti**

Prodávající je také povinen řádně informovat spotřebitele o vlastnostech prodáváných výrobků nebo charakteru služeb, které poskytuje, o způsobu použití a údržby výrobku a o nebezpečí, jenž vyplývají z jeho nesprávného použití nebo údržby a samozřejmě také o riziku souvisejícím s poskytovanou službou.

Jestliže je to potřebné s ohledem na povahu výrobku, způsob a dobu jeho užívání, je prodávající povinen zajistit, aby tyto výše uvedené informace byly obsaženy v přiloženém písemném návodu a aby byly srozumitelné.

Povinností výše uvedených se nemůže prodávající zprostit poukazem na skutečnost, že mu potřebné nebo správné informace neposkytl výrobce, dovozce nebo dodavatel. Tyto povinnosti se však nevztahují na případy, kdy se jedná o zřejmé nebo obecně známé skutečnosti.

### **Označení výrobků**

Co se týče označování výrobků, je prodávající povinen zajistit, aby jim prodávané výrobky byly označeny viditelně a srozumitelně názvem výrobku, označením výrobce nebo dovozce, popřípadě dodavatele. Dále pak údaji o hmotnosti nebo množství nebo velikosti, popřípadě rozměru a dalšími údaji potřebnými dle povahy výrobku k jeho identifikaci, popřípadě užití. Jde-li o textilní výrobky uvést údaje o složení materiálu. V případě obuvi uvést materiály použité v jejích hlavních částech.

Pokud nelze prodávané výrobky označit údaji přímo, musí je prodávající viditelně a srozumitelně označit jiným vhodným způsobem. Není-li však možné nebo účelné prodávané výrobky vzhledem k jejich povaze takto označit, je prodávající povinen tyto

údaje na požádání spotřebitele nebo orgánů, které provádějí dozor nad dodržováním ustanovení tohoto zákona, pravdivě sdělit, popřípadě doložit.

Na výrobcích musí být viditelné označení nebo údaje uvedené výrobcem, dovozcem nebo dodavatelem. Prodávající je nesmí nijak odstraňovat či měnit.

Při prodeji výrobků či zboží, které při užívání vyžadují aby se s nimi zacházelo dle zvláštních pravidel je prodávající povinen spotřebitele s těmito pravidly seznámit. Příkladem mohou být výrobky užívané dle návodu.

V případě, že jsou informace o výrobcích poskytovány písemně, uvádějí se v českém jazyce. Další možností, jak označit výrobky, je použít k tomuto účelu symboly (piktogramy), které musejí být srozumitelné, čitelné a úplné. Prodávající je pak povinen na požádání vysvětlit nebo vhodně zpřístupnit spotřebiteli jejich význam.

Pokud prodávající prodává výrobky použité, upravované či výrobky s vadou, musí na tyto výrobky spotřebitele předem zřetelně upozornit.

## **Cena**

Co se týče ceny, tak prodávající musí prodávat výrobky a poskytovat služby za ceny sjednané v souladu s cenovými předpisy a samozřejmě také při prodeji svých výrobků nebo poskytování služeb stanovené ceny zákazníkům správně účtovat. Při konečném účtování, v hotovosti, se celková částka zaokrouhluje vždy k nejbližší platné nominální hodnotě zákonných peněz v oběhu.

Prodávající musí informovat spotřebitel o ceně svých prodávaných výrobků nebo poskytovaných služeb zřetelným označením dané ceny, popřípadě informaci o ceně jinak zákazníkovi vhodně zpřístupnit. Toto vše musí být v souladu s cenovými předpisy a předpisem Evropských společenství.

Informace o ceně nesmí ve spotřebitele vzbuzovat mylné domněnky, například že cena je nižší, než ve skutečnosti je.

## **Další povinnosti při prodeji výrobků a poskytování služeb**

Na žádost spotřebitele a umožňuje-li to povaha výrobku, je prodávající povinen tento výrobek předvést. Na žádost spotřebitele je prodávající rovněž povinen vydat doklad o zakoupení výrobku nebo o poskytnutí služby.

Tento doklad musí obsahovat:

- datum prodeje výrobku nebo poskytnutí služby,
- o jaký výrobek nebo o jakou službu se jedná,
- a za jakou cenu byl výrobek prodán nebo služba poskytnuta,
- identifikační údaje prodávajícího obsahujícími jméno a příjmení nebo název nebo obchodní firmu, případně název prodávajícího, jeho identifikační číslo, sídlo (jde-li o právnickou osobu) nebo místo podnikání (jde-li o fyzickou osobu).

Pokud se jedná o výrobky s následnou dodávkou, musí doklad obsahovat místo určení a datum dodávky.

Kupující si může také objednat službu, jejíž realizace se odehraje někdy v budoucnu. V tomto případě je pak prodávající povinen vydat spotřebitele písemné potvrzení o převzetí objednávky. Toto potvrzení musí obsahovat: označení předmětu služby, její rozsah, jakost, cenu za provedení služby a termín jejího plnění. Co se týče prodeje použitých nebo upravovaných výrobků, výrobků s vadou nebo výrobků, jejichž užitné vlastnosti jsou jinak omezeny, tak tyto skutečnosti musí být v dokladu zřetelně vyznačeny.

## **Reklamace**

Zákon také nezapomíná na záležitosti ohledně reklamací. Ukládá povinnost prodávajícím řádně informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění reklamace. Prodávající je také povinen přijmout reklamaci v kterékoli provozovně, ve

které je přijetí reklamace možné s ohledem na sortiment prodáváného zboží nebo poskytovaných služeb.

Prodávající je povinen spotřebiteli vydat písemné potvrzení o tom, kdy spotřebitel právo uplatnil, co je obsahem reklamace a jaký způsob vyřízení reklamace spotřebitel požaduje. Dále pak potvrzení o datu a způsobu vyřízení reklamace, včetně potvrzení o provedení opravy a době jejího trvání, případně písemné odůvodnění zamítnutí reklamace.

V provozovně prodávajícího musí být po celou provozní dobu přítomen pracovník pověřený vyřizovat reklamace.

Prodávající nebo jím pověřený pracovník rozhodne o reklamaci ihned, ve složitých případech může do tří pracovních dnů. Reklamace včetně odstranění vady musí být vyřízena bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 30 dnů ode dne uplatnění reklamace. Výjimkou může být skutečnost, že se spotřebitel s prodávajícím nedohodli na delší lhůtě. Po uplynutí reklamační lhůty má spotřebitel stejná práva, jako by se jednalo o vadu, kterou nelze odstranit.

Ve třetí části zákona jsou definovány orgány, jenž dozorují nad dodržováním povinností výrobců, dovozců, dodavatelů, prodávajících a jsou oprávněny při porušení těchto povinností udílet těmto osobám pokuty či jiné tresty.

### **Dozor nad ochranou spotřebitele a správní delikty**

Dozorem nad ochranou spotřebitele se zabývá § 23. Dozor nad dodržováním povinností stanovených tímto zákon provádí především Česká obchodní inspekce. V určitých specifických oblastech tento dozor zajišťuje například na úseku zemědělských, potravinářských a tabákových výrobků - Státní zemědělská a potravinářská inspekce. Pokud jde o prodej výrobků a poskytování služeb, které jsou upraveny zákonem o ochraně veřejného zdraví, provádějí dozor nad dodržováním povinností krajské hygienické stanice. Na úseku veterinární péče provádějí Státní veterinární správa, krajské veterinární správy a Městská veterinární správa v Praze. Dalšími institucemi, jenž provádí dozor nad

dodržováním povinností jsou též obecní živnostenské úřady, celní úřad, Český úřad pro zkoušení zbraní a střeliva, Státní ústav pro kontrolu léčiv, krajské hygienické stanice.

Tyto orgány jsou oprávněny vydávat závazné pokyny k odstranění zjištěných nedostatků. V případě zjištění bezprostředního ohrožení života, zdraví nebo majetku, jsou oprávněny pozastavit prodej výrobků nebo poskytování služeb anebo uzavřít provozovnu. Jsou také oprávněny uložit svým rozhodnutím výrobci, dovozci, dodavateli či prodávajícímu povinnost stáhnout výrobek z trhu, který by byl nebezpečný svou zaměnitelností s potravinou. Tyto výrobky jsou pak rozebírány po zbytek paragrafu.

§ 24 rozebírá jednotlivé správní delikty, jichž se výrobce, dovozce, dodavatel nebo prodávající může dopustit. Uvádí se zde také pokuty, které mohou být uloženy při porušení určitých ustanovení či nařízení.

S účinností od 1. 1. 2011 pokuty vybírá správní orgán, který je uložil. Příjem z pokut je pak příjmem rozpočtu, ze kterého je hrazena činnost orgánu, který pokutu uložil. Pokuta je splatná do 30 dnů ode dne nabytí právní moci rozhodnutí o správním deliktu.

V poslední části se zákon zmiňuje o postavení sdružení spotřebitelů a jiných právnických osob založených k ochraně spotřebitele.

Zákon o ochraně spotřebitele obsahuje také základní ustanovení, která se týkají právního postavení spotřebitelských sdružení a jejich oprávnění vůči orgánům veřejné správy. Sdružení na ochranu spotřebitelů, která jsou činná ve smyslu tohoto zákona, podléhají registraci ministerstva průmyslu a obchodu.

[10]

### **2.2.2 Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci**

Dalším významným zákonem, který chrání spotřebitele, je zákon o České obchodní inspekci.

#### **Charakteristika České obchodní inspekce**

Tento zákon zřizuje Českou obchodní inspekci (ČOI), jejíž úkolem je kontrola právnických a fyzických osob prodávajících zboží, poskytujících služby nebo vyvíjející jinou podobnou činnost na vnitřním trhu, poskytující spotřebitelský úvěr nebo provozující tržště (tržnice) pokud podle zvláštních právních předpisů nevykonává dozor jiný správní úřad. [13]

ČOI kontroluje zejména zda tyto osoby:

- dodržují podmínky k zabezpečení jakosti zboží nebo výrobků včetně zdravotní nezávadnosti, podmínek pro skladování a dopravu, a také na osobní hygienu a hygienickou nezávadnost provozu,
- zda při prodeji používají ověřená měřidla, která odpovídají technickým normám, technickým předpisům či schválenému typu,
- dodržují dohodnutých nebo stanovených podmínek a kvality poskytovaných služeb,
- uvádějí na trh výrobky řádně označené, popřípadě jestli je k nim vydávají či přikládají příslušný dokument a zda výrobky odpovídají stanoveným technickým požadavkům,
- svým jednáním nesměřují ke klamání spotřebitele,
- uvádějí na trh výrobky které jsou bezpečné,
- poskytující spotřebitelský úvěr dle stanovených podmínky

Zákon upravuje zejména: postup kontrol, pravomoci inspektorů, sankce a spolupráci ČOI s dalšími organizacemi. [13]

Česká obchodní inspekce je orgánem státní správy. Člení se na ústřední inspektorát a jemu podřízené inspektoráty se sídly v krajských městech. Je orgánem státní správy podřízeným Ministerstvu průmyslu a obchodu ČR.



## **Pracovníci České obchodní inspekce**

Pracovníci České obchodní inspekce jsou oprávněni dle toho zákona vstupovat při výkonu kontroly do provozoven, ověřovat totožnost fyzických osob, které jsou kontrolovány, požadovat od těchto osob potřebné doklady, údaje a písemná nebo ústní vysvětlení. Mohou také odebírat za náhradu (ve výši ceny, za kterou se výrobek nebo zboží v okamžiku odebrání vzorku nabízí) potřebné vzorky výrobků k posouzení jakosti a bezpečnosti. Dále požadovat od kontrolovaných osob, aby ve stanovené lhůtě odstranily zjištěné nedostatky.

Dále pak inspektoři mohou vstupovat do objektů výrobce, dovozce nebo distributora a vyžadovat předložení příslušné dokumentace poskytnutí pravdivých informací. ČOI může také požadovat o vyjádření autorizované osoby. Inspektoři se prokazují průkazy ČOI a jsou povinni zachovávat o skutečnostech tvořících předmět obchodního tajemství, o nichž se dozvěděli při plnění kontrolních úkolů, mlčenlivost.

ČOI je oprávněna přizvat k účasti na kontrole osoby odborně způsobilé podle zvláštních právních předpisů. Kontrolované osoby jsou povinny ve stanovené lhůtě odstranit zjištěné nedostatky, jejich příčiny a škodlivé následky nebo provést neodkladně nezbytná opatření k jejich odstranění.

Pokud kontrolovaná osoba používá úředně neověřená měřidla nebo pokud tyto měřidla neodpovídají určitým technickým předpisům, normám či schválenému typu, dále pak pokud nedodrží stanovené požadavky na osobní hygienu nebo hygienickou nezávadnost provozu a pokud právo uložit sankční postih nemá jiný správní úřad, uloží ředitel inspektorátu kontrolované osobě pokutu až do výše 1 000 000 Kč.

Za opakované porušení povinností v průběhu jednoho roku ode dne poslední kontroly může uložit pokutu až do výše 2 000 000 Kč.

Za méně závažné porušení zákona může inspektor uložit kontrolované osobě pokutu do 5 000 Kč. Pokud tato osoba maří, narušuje nebo jinak ztěžuje výkon kontroly, může ji být uložena pořádková pokuta až do výše 50 000 Kč, a to i opětovně.

Kromě finančních sankcí jsou uplatňovány zákazy prodeje výrobků, respektive zákazy uvádění výrobků na trh, a to v případě, že tyto neodpovídají požadavkům zvláštních právních předpisů. ČOI je oprávněna uskladnit zajištěné výrobky nebo zboží, které neodpovídá zvláštním právním předpisům, mimo dosah kontrolované osoby. Náklady na skladování hradí kontrolovaná osoba. Zajištění výrobků trvá až do doby, než bude pravomocně rozhodnuto o jejich propadnutí neb o zabrání, případně do doby, kdy se prokáže, že se nejedná o výrobky neodpovídající zvláštním právním předpisům.

Ředitel inspektorátu může uložit rozhodnutím kromě pokuty i propadnutí nebo zabrání výrobků, které neodpovídá zvláštním právním předpisům. Vlastníkem těchto propadnutých nebo zabraných věcí se stává stát. Ředitel určí, že zabrané nebo propadnuté výrobky budou zničeny, nebo jsou-li využitelné pro humanitární účely, budou poskytnut k těmto účelům, a to bezplatně. Zničení se provádí na náklady kontrolované osoby, která tyto výrobky nabízela, prodávala, skladovala. Pro humanitární účely mohou být poskytnuty výrobky, které nejsou zdravotně závadné, jsou bezpečné a ze kterých byly přejímající organizací beze zbytku odstraněny a zničeny prvky porušující práva duševního vlastnictví.

Česká obchodní inspekce nekontroluje potraviny, pokrmy a tabákové výrobky, s výjimkou kontroly poctivosti prodeje.

## **Ostatní činnosti ČOI**

Česká obchodní inspekce při své činnosti spolupracuje se správními úřady a orgány územní samosprávy a jinými státními orgány a institucemi, jejichž spolupráce je nezbytná pro výkon kontroly. Tyto orgány poskytují ČOI podklady, údaje a vysvětlení nezbytné pro její kontrolní činnost. Vyžaduje-li to povaha věci, zejména při zjišťování příčin nedostatků, poskytují jí kontrolní orgány a orgány státního zkušebnictví, hygienické služby a veterinární péče také potřebnou odbornou pomoc.

Za účelem zvyšování ochrany a bezpečnosti spotřebitele, zlepšování informovanosti a také vytvářením příznivějšího prostředí pro prodej výrobků, zboží a

služeb, spolupracuje také i s občanskými sdruženími. Proto když ČOI zjistí při své kontrole skutečnosti, u nichž je třeba sjednat příslušné opatření, které jsou však v pravomoci jiných orgánů, oznámí je těmto orgánům.

Při své činnosti ČOI využívá stížností, oznámení a podnětů občanů. Pro občany zajišťuje také poradensko-informační službu.

[14], [9]

### **Zákony související s ČOI**

Česká obchodní inspekce vykonává ve vymezeném rozsahu dozor v souladu se zákony :

zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci, v platném znění,  
zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele, v platném znění,  
zákon č. 22/1997 Sb., o technických požadavcích na výrobky, v platném znění,  
zákon č. 102/2001 Sb., o obecné bezpečnosti výrobků, v platném znění,  
zákon č. 477/2001 Sb., o obalech, v platném znění,  
zákon č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší, v platném znění,  
zákon č. 311/2006 Sb., o pohonných hmotách, v platném znění,  
zákon č. 379/2005 Sb., o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami, v platném znění,  
zákon č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních, v platném znění,  
zákon č. 321/2001 Sb., o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru, v platném znění,  
zákon č. 189/1999 Sb., o nouzových zásobách ropy, v platném znění,  
zákon č. 61/1996 Sb., o některých opatřeních proti legalizaci výnosů z trestné činnosti, v platném znění,  
zákon č. 56/2001 Sb., o podmínkách provozu vozidel na pozemních komunikacích, v platném znění,  
zákon č. 247/2006 Sb., o omezení provozu zastávek a některých jiných provozoven v noční době, v platném znění,

zákon č. 552/1991 Sb., o státní kontrole, v platném znění

[14]

### 2.2.3 Trestní zákoník

Trestní zákoník se zabývá už samotným poškozením spotřebitele a následným potrestáním subjektů, kteří se dopustili škody na cizím majetku či jiným způsobem poškodili spotřebitele. Tuto oblast upravuje v trestním zákoníku § 253.

Trestní zákoník uvádí, že objektem trestného činu poškozování spotřebitele je zájem na zajištění poctivosti podnikání v tržním hospodářství a ochrana majetku spotřebitele. Ustanovení o poškozování spotřebitelů rozlišuje **dvě samostatné skutkové podstaty**, kterými jsou:

- a) v první skutkové podstatě je to zejména důvěra v poctivost obchodních činností a poskytování služeb spotřebitelům
- b) ve druhé skutkové podstatě je to je to důvěra spotřebitelů v kvalitu výrobků, prací a služeb, které jsou uváděny na trh, a to včetně poctivosti reklamy.

Tyto dvě formy skutkové podstaty však mohou být naplněny obě souběžně. Příkladem může být obchodní společnost, která uvede na trh úmyslným rozhodnutím svého odpovědného pracovníka potravinářské výrobky s prošlou záruční lhůtou, které pak prodává, aniž by na to spotřebitele jakýmkoli způsobem upozornila (vývěskou, na obalu apod.), a zároveň na obalech uvádí chybně hmotnost zboží, takže spotřebitel je šizen a i na jeho hmotnosti.

[6]

Dle rozdělení na dvě samostatné skutkové podstaty bych také rozdělila **pachatele** v závislosti na těchto dvou kategoriích. „Pachatelem dle první skutkové podstaty může být jak zaměstnanec společnosti provozující obchod či služby (právnícké osoby), tak i podnikatel – fyzická osoba, a to i když podniká neoprávněně. Mohou to být i fyzické osoby, které prodávají nezpracované rostlinné a živočišné výrobky z vlastní drobné pěstitelské a chovatelské činnosti nebo plodiny přímým spotřebitelům. Podle druhé skutkové podstaty může být pachatelem jen ten, kdo rozhoduje o tom, které výrobky, práce nebo služby budou uvedeny na trh a s určením pro spotřebitele. Může to být jak podnikatel-fyzická osoba, tak statutární orgán nebo jiný zástupce právnícké osoby (například obchodní společnosti, družstva), popřípadě i její zaměstnanec, který při pracovním a funkčním zařazení o tom rozhoduje. Odpovědnost se řeší nejen podle

zařazení pracovníka uvedeného v pracovní smlouvě, ale především podle toho, zda pracovník skutečně v rámci své pravomoci o uvedení vadných výrobků, prací nebo služeb rozhodoval.“ [6, str.2342]

**Trestného činu** poškozování spotřebitele se může osoba dopustit **dvěma různými způsoby**. První způsob je tím, že poškozuje spotřebitele (zejména ho šidí na množství, hmotnosti a podobně) a tímto svým jednáním mu **a)způsobí škodu nikoli nepatrnou**, tedy škodu v hodnotě alespoň 5 000 Kč. Jde o nejnižší hranici škody podle trestního zákoníku. Toto jednání je vlastně zvláštní způsob podvodu, kterého se dopouští osoba vůči spotřebiteli.

Nevyžaduje se, aby pachatel způsobil škodu (respektive sebe obohatil) přesahující 5 000 Kč jedním skutkem. V tomto případě se jednotlivé akty a dosažená celková škoda sčítají. Pachatel tak tento trestný čin může spáchat jedním jednáním (např. provedení jednoho nátěru střechy místo fakturovaných tří vrstev), ale stejně tak.

Jak jsem již uvedla škodou nikoli nepatrnou se rozumí částka v hodnotě nejméně 5 000 Kč. Zjišťování této výše způsobené škody však může činit problémy při prokazování, zda k poškozování spotřebitelů docházelo. Může se totiž jednat pouze o malé nebo dokonce jen nepatrné částky, které se však dějí ve velkém (například šízení spotřebitelů na váze v lahůdkářství při prodeji uzenin, sýrů), kdy se sice jednotlivá poškození sčítají, ale vlastní dokazování, zda k poškození spotřebitelů došlo alespoň o částku 5 000 Kč, je v praxi velmi obtížné.

Druhou variantou poškození spotřebitelů je **b)uvádění nekvalitních výrobků, prací či služeb na trh a zatajení jejich podstatných vad**. Zároveň je vyžadována podmínka většího rozsahu takového jednání. V tomto případě se jedná o zvláštní případ podvodu, kdy spotřebitel nebyl dosud zpravidla poškozen. Objektem trestného činu je tu důvěra v kvalitu výrobků, prací a služeb, které se nabízejí na trhu. Tímto ustanovením se poskytuje ochrana jak spotřebitelům (jejich důvěra v poctivý obchodní styk), tak i poctivým podnikatelům. Nelze však toto ustanovení chápat jako zákaz výroby méně kvalitních produktů, ale jako zákaz zatajovat jejich nedostatky. Spotřebitel musí mít

zaručeno, že mu při správném používání výrobku (například podle návodu) nevznikne škoda na majetku ani újma na zdraví.

Uváděním na trh se rozumí nabízení takových výrobků a služeb blíže neurčenému počtu osob, přičemž se vyžaduje větší rozsah takového jednání (vyjádřen částkou alespoň 50 000 Kč). Podstatnými vadami se rozumí takové vady, které mohou ztěžovat využití výrobku či služby, nebo takové využití podstatně snižují. Zatajením podstatných vad je jakékoli jednání (často i lstivé), které vede k tomu, že spotřebitel či odběratel je uveden v omyl ohledně kvality vadného výrobku, práce nebo služby při obvyklém přejímacím řízení (například zamlčení nedostatečné ochrany před zasažením elektrickým proudem). Může to být i úmyslné opomenutí upozornění kupujícího na takové podstatné vady.

Poškozování spotřebitele je třeba provést úmyslně.

- Za obě varianty (respektive každou z nich) tohoto trestného činu hrozí pachateli trest odnětí svobody až na jeden rok, zákaz činnosti nebo propadnutím věci či jiné majetkové hodnoty. Pokud však pachatel získá pro sebe nebo pro jiného prospěch velkého rozsahu bude dotyčný potrestán odnětím svobody na dvě léta až osm let.
- Pokud je pachatel členem organizované skupiny nebo získá-li takovým činem pro sebe nebo pro jiného značný prospěch nebo byl-li pro takový čin v posledních pěti letech odsouzen či z výkonu trestu odnětí svobody uloženého za takový čin propuštěn, hrozí mu trest odnětí svobody až na pět let nebo peněžitý trest.

*Značný prospěch* činí nejméně 500 000 Kč. Co se týče zavinění s tímto následkem, postačí nedbalost. Značný prospěch musí být získán pouze poškozováním spotřebitelů a to buď šízením na jakosti, množství nebo hmotnosti zboží, nebo uvedením na trh výrobků, prací nebo služeb při zatajení jejich podstatných vad, popřípadě oběma těmito formami. Vždy je třeba vycházet z konkrétního, pachatelem získaného prospěchu pocházejícího z poškozování spotřebitelů. Prospěch získaný uváděním na trh nekvalitních výrobků, prací nebo služeb při zatajení jejich podstatných vad, se vypočte zpravidla za pomoci znalce z rozdílu mezi cenou bezvadných výrobků, prací nebo služeb a cenou takových výrobků prací nebo služeb s konkrétními podstatnými vadami, které měly při uvedení na trh a jejich

prodeji. Celkovou částku získanou prodejem vadných výrobků, prací nebo služeb lze podřadit pod značný prospěch jen tehdy, pokud vadné výrobky, práce nebo služby jsou zcela bezcenné nebo pro svůj obvyklý účel zcela nepoužitelné.

Další vyšší hranicí je prospěch velkého rozsahu. Prospěch velkého rozsahu činí nejméně 5 000 000 Kč. Jde o nejvyšší hranici prospěchu dle trestního zákoníku.

Jako trestný čin podvodu podle § 209, a ne jako trestný čin poškozování spotřebitele dle § 253, je v praxi soudů posuzováno jednání pachatele, který fakturuje spotřebiteli úmyslně zboží, které nebylo vůbec dodáno.

[6]

„Stejně je posuzováno jednání pachatele, který vykupuje ovoce od pěstitelů, a přitom je šidí na hmotnosti vykupovaného ovoce, čímž získává přebytky, o jejichž hodnotu se obohacuje. Pěstitel totiž není v tomto případě spotřebitel ve smyslu shora uvedeném. Poškozování jiného na ceně, jakosti, množství nebo hmotnosti při prodeji zboží nebo poskytování jiných služeb, pokud škoda nedosáhla hranice škody nikoli nepatrné, je přestupkem na úseku podnikání.“ [6, str. 2343]

### **3 Příčiny a důsledky poškozování spotřebitelů**

V této kapitole se zabývám příčinami, jenž vedou prodávající, výrobce či dodavatele k poškozování spotřebitelů, a důsledky, které pak z těchto skutků vyplývají.

Spotřebitelem může být v podstatě kdokoli, tedy fyzická nebo právnická osoba, která nakupuje výrobky nebo užívá služby za jiným účelem než je podnikání s těmito výrobky nebo službami. Spotřebitel tak nakupuje výrobky nebo užívá služby pro svou přímou osobní spotřebu nebo pro příslušníky své domácnosti.

Způsob poškození spotřebitele může být velice různorodý, může se jednat například o šizení na hmotnosti, množství, jakosti, dále pak účtování většího množství služeb, než bylo poskytnuto, vyfakturování delší doby práce a jiné. [6]

#### **3.1 Příčiny poškozování spotřebitelů**

Kromě příčin právního a ekonomického charakteru, uvádím také ty, které vznikají vlivem nejrozumnějších triků prodejců, kteří se snaží určitými psychologickými a marketingovými podněty přimět zákazníka k nevýhodné koupi.

##### **3.1.1 Právní příčiny**

###### **Právní úprava**

„Problém, který dosud bohužel Českou republiku na úseku ochrany spotřebitele tíží, jsou především nedostatečné zkušenosti s aplikací právních předpisů, složitost prokazování zavinění porušitele a nízké vědomí samotných spotřebitelů o jejich právech a povinnostech ve spotřebitelsko-právních vztazích. Právní normy ochrany spotřebitele se staly účinnými převážně v posledních deseti letech.“

[4, str. 9]



„Právní normy upravující ochranu spotřebitele v České republice bohužel prošly vývojem pouze krátkým, přičemž zákonodárce při konstrukci právních předpisů čerpal především z úprav zahraničních. Negativním důsledkem je nepříjemná skutečnost, že některé nástroje, které předpisy obsahují, nejsou v praxi vůbec využívány, normy jsou velmi obecné a dochází ke sporům při jejich výkladu.“ [4, str. 10]

Shrnu-li výše uvedené, mohu říci, že ochrana spotřebitele v České republice je na dostatečné úrovni, pokud jde o kvalitu právních norem. Bohužel však sebelepší právní úprava není schopna dosáhnout svého cíle, není-li správně aplikována nebo není-li aplikována vůbec.

[4]

Jelikož právo ochrany spotřebitel je složitý systém právních norem, jenž je roztržštěný téměř ve všech právních odvětvích, je třeba se v tomto systému umět zorientovat. Není důležité aby spotřebitel znal „zpaměti“ všechny právní předpisy vztahující se k ochraně spotřebitele, ale co je důležité, aby věděl, kde najít potřebná ustanovení, jenž jsou aplikovatelné na konkrétní problém, a umět si nalezené ustanovení vyložit. Orientace v právních normách ochrany spotřebitele je nezbytně nutná pro řešení zvláštních a specifických případů, které v pestré praxi nastávají.

[4]

## **Informovanost**

Dalším problémem souvisejícím s ochranou spotřebitele je nízká informovanost spotřebitelů a jejich právech a povinnostech ve spotřebitelsko-právních vztazích. „Důsledkem je, že spotřebitelé se nejsou s to ubránit nepoctivým praktikám některých obchodníků, a tak se velmi často uplatní stará římská zásada „není-li žalobce, není soudce.“

[4, str. 10]

Každý člověk má rád své peníze, a proto určitě netouží je utrácet za nekvalitní výrobky, které za chvíli přestanou fungovat. Nebo si dokonce z obchodů odnášet výrobky, které mu mohou ublížit či způsobit trvalou újmu na zdraví. Když však spotřebitelé budou vědět, které výrobky jsou dobré a spolehlivé a naopak kterým se obloukem vyhnout, když

budou mít k dispozici dostatek objektivních informací, dokáží se s jejich pomocí ochránit, a to jak samotného, tak i svou peněženku.

Tyto informace poskytuje občanské sdružení TEST, které srozumitelně přibližuje práva kupujících (spotřebitelů) a naopak povinnosti prodávajících. Radí, jak je aplikovat v běžném životě, na co si dávat pozor při reklamacích, upozorňujeme na nové zákony, varujeme před nekalými praktikami prodávajících i před klamavou reklamou, publikujeme konkrétní příběhy ze života pro ponaučení. Sdružení TEST podává pomocnou ruku v mnoha oblastech, ve kterých může spotřebitel narazit na různá úskalí a pasti. Poskytuje i spoustu zajímavých a užitečných informací, které se mohou zákazníkům v oblasti spotřebitelství hodit. Protože v dnešním zahlceném moderním světě jsou dobré informace velice důležité, protože: „kdo má informace, ten ví a kdo ví, ten se může chránit“.

Toto sdružení tyto informace poskytuje na svých internetových stránkách, ale vydává také jednou měsíčně časopis. Tento měsíčník je odborně vedeným časopisem určeným k ochraně spotřebitele na trhu v České republice. Časopis uvádí srovnávací testy vybraných výrobků prodávaných na českém, respektive evropském trhu, informuje spotřebitele o jeho právech a povinnostech i o změnách zákonů, které se spotřebitelů přímo dotýkají, o postupech při reklamacích výrobků, podává informace o výživě, zdravém způsobu života a podobně.

Obsahuje celou řadu informací o zdravé výživě, o výrobcích oceněných značkou CzechMade, nabízí přehled všech sdružení na ochranu spotřebitelů i kontakty na jednotlivé poradce ochrany spotřebitelů v různých místech České republiky.

[28]

### **3.1.2 Ekonomické příčiny**

Zásadním ekonomickým předpokladem proč prodejci, výrobci či dodavatelé poškozují svým jednáním spotřebitele je zájem na co největším zisku. Každý subjekt založený za účelem podnikání má prioritní cíl co nejvíce vydělat. Subjekt prodávající výrobky nebo poskytující služby proto hledá nejsnadnější cestičky jak ušetřit náklady a přijít tak rychleji k více penězům. Jednou z cest proto bývá, ošidit to na zákazníkovi, resp. spotřebiteli.

Příkladem může být prodávající v lahůdkářství, který při prodeji uzenin, sýrů, salátů šidí spotřebitele na váze či natěračská firma bude účtovat zákazníkům dražší a kvalitnější nátěr, místo levnějšího a méně kvalitního, který vlastně použila.

Další příčinou ekonomického charakteru může být eliminace ztráty firmy. Toto rozhodnutí se může projevit především u firem v oblasti potravinářství. Příkladem může být řezník, kterému se začne kazit pravá svíčková, maso v hodnotě 300 Kč/kg. On však toto maso nechce zlikvidovat – přišel by tím do ztráty, tak tuto ztrátu alespoň eliminuje tím, že maso opláchně, pomele, okoření a bude prodávat na karbenátky, které prodá za 200 Kč. Tržby sice bude mít nižší, nebude ziskový, ale alespoň nebude až tak ve ztrátě. Dalším příkladem může být vztah restaurace – řezník, který pokud se mu již kazí maso a mírně zapáchá, ho prodá restauraci, aby z něj udělala polední menu. Toto jednání může následnému konzumentu způsobit jak nepříjemný zážitek z pozření jídla, tak i možné zdravotní problémy.

Jinou důležitou příčinou proč může dojít k poškození spotřebitelů, je situace, kdy spotřebitelé nemají dostatek informací o produktech a cenách dostupných na trhu. Spotřebitelé se například nemohou informativně rozhodovat, pokud mají neúplné, zavádějící nebo příliš komplikované nebo obsáhlé informace.

Dalším problémem je určitá asymetrie informací, která se projevuje tím, že prodejce má úplnější informace o nabízeném zboží než jeho potenciální spotřebitel. Tuto výhodu pak prodávající rádi využívají ve svůj prospěch, a tak dochází k tomu, že spotřebitelé bývají mnohdy poškozeni.

### **3.1.3 Jiné příčiny**

Dalo by se říci, že téměř každý den nám, jakožto spotřebitelům, hrozí četná úskalí při nákupech v obchodech nebo provozovnách služeb. Jejich hlavní příčinou bývají především unáhlená rozhodnutí, někdy také učiněná na základě klamavých informací. Ve smluvním vztahu s prodávajícím bývá spotřebitel takřka vždy tou slabší stranou. Naprostá

většina spotřebitelů nemá tolik znalostí práva, psychologie či marketingu, aby dokázala bez problémů čelit vynalézavosti speciálně školených odborníků.

Chtěla bych proto uvést několik triků, jimiž prodejci právě často oklamou zákazníka. Jedná se například o triky založené na chybné interpretaci práva nebo přímo protiprávní jednání, kdy prodávající sděluje kupujícímu svůj chybný názor tak přesvědčivě, že ho spotřebitel přijme jako fakt.

Další skupiny triků jsou psychologického a marketingového charakteru. Vycházejí ze spotřebitelského chování, ověřeného marketingovými průzkumy, anebo využívají poznatků o pudovém chování lidí. Proto již samotná znalost principů užívaných triků a fint, umožní spotřebiteli včas je rozpoznat, využít vlastní rozum a intuici a ochránit se tak před nimi.

Čím více triků prodávající užívá, tím více rozvázný by spotřebitel měl být. Převýší-li počet triků přijatelnou úroveň, neměl by spotřebitel od takového prodávajícího žádné zboží nebo služby kupovat. Jen těžko lze totiž předpokládat, že podnikatel, který pomocí triků manipuluje se spotřebitelem již při koupi zboží, vyřídí např. uspokojivě reklamaci. Spotřebitel by proto měl být při koupi výrobku či poskytování služeb pozorný.

Asi každý spotřebitel už ale určitým způsobem prodávajícímu na jeho triky „naletěl“. Toto není žádná hanba, je však třeba se z těchto chyb poučit, a to nejen z vlastních, ale i ostatních spotřebitelů, a v budoucnu všem fíntám a trikům prodávajících vždy úspěšně čelit. Tyto praktiky by tak proto měly být lidem více vkládány do paměti, aby se těmto nedopatřením příště vyvarovali a nebyli tak poškozeni.

Nyní bych uvedla několik triků, jenž jsou oblíbeným lákadlem prodávajících.

Mezi jedny z nejtypičtějších patří triky užívané v reklamě. Příkladem mohou být důležité informace mimo hlavní obsah reklamy. Tato praxe je obvyklá zejména tehdy, pokud se po zadavateli reklamy nějaký právní předpis požaduje, aby reklama obsahovala (konkrétní povinnou informaci). Typickým příkladem je uvádění sazby RPSN (roční procentní sazby nákladů, která značí kolik toho spotřebitel zaplatí za rok v souvislosti se spotřebitelským úvěrem) poskytovateli spotřebitelských úvěrů. Nejen, že tato povinná

informace pak bývá uvedena malým fontem písma, ale navíc je často uvedena na okraji textu daleko od hlavního sdělení zprávy nebo v poznámce pod čarou, popřípadě i svisle k ostatnímu sdělení. Tímto přístupem pochopitelně obchodník dává najevo, jaký význam pro něj má skutečná informovanost spotřebitele o podmínkách prodeje jeho zboží nebo poskytování služby. Lze proto doporučit, aby se spotřebitel takovým obchodníkům vyhnul velkým obloukem.

Dalším z ožehavých témat jsou jistě slevy. Každý spotřebitel má přirozenou snahu vynaložit své vydělané peníze co nejefektivněji a tedy nakoupit co nejlevněji. Proto se zvýšeným zájmem reaguje na všelijaké nabídky slev, které mu nabízejí možnost získat zboží za nižší cenu. Spotřebitelé si ale často neuvědomují, že samotné poskytnutí slevy či její výše ještě nic nevypovídají o tom, jestli je nabídka vůbec výhodná. Prodávající si totiž mohou ceny stanovovat velmi volně a určité zboží či služba tak může být u jednoho prodávajícího i se 40% slevou dražší než u druhého, který však žádnou slevu neuvádí, ale jednoduše prodává veškeré zboží a služby s menší marží. Druhým účelem slevy může být od prodávajícího nalákat spotřebitele do obchodu, kde je velká pravděpodobnost, že si zakoupí i některý z dalších výrobků, na kterých má však prodávající vysoký zisk, a tak se celkový profit prodávajícího dostane na jeho požadovanou úroveň. Nešvarem, který však již překračuje hranici legálnosti, je uvádění slevy, i když ve skutečnosti zboží není zlevněné vůbec nebo alespoň ne v uváděném rozsahu. Pokud má spotřebitel podezření na takovéto chování prodávajícího, může se obrátit na místně příslušný dozorový orgán, kterým je pro většinu zboží a služeb Česká obchodní inspekce.

[16]

## **3.2 Důsledky poškozování spotřebitelů**

V této podkapitole se zabývá možnými důsledky, jenž se týkají jak nepoctivého obchodníka poškozující spotřebitele, tak i samotných spotřebitelů. Tyto důsledky jsem rozdělila do dvou částí. V první části tedy rozebírám jaké mohou být důsledky poškozování spotřebitelů z pohledu práva, jaká je právní odpovědnost. Ve druhé uvádím jak tato problematika ovlivňuje ekonomiku.

### **3.2.1 Právní důsledky**

Pokud obchodník nějakým způsobem poškozuje spotřebitele a toto jeho nepoctivé jednání je odhaleno, musí si být vědom, že jeho činy nezůstanou bez potrestání. Subjekt pak musí čekat určité následky spojené s jeho nesprávnými obchodními praktikami. Jedním z následků je právě právní postih.

„Pro spotřebitele je významné orientovat se v právně-odpovědnostním systému z toho důvodu, aby byl schopen analyzovat důsledky své obrany pro profesionála a aby tak byl schopen zvolit nejúčinnější a pro spotřebitele nejvhodnější způsob obrany.“  
[4, str. 67]

## **Odpovědnost**

Český právní řád zná několik druhů právních odpovědností, které se od sebe liší nejen funkcemi, ale též postihováním určitého druhu chování a odlišnou strukturou odpovědnosti z hlediska jednotlivých odpovědnostních znaků. Systém právní odpovědnosti do jisté míry kopíruje systém práva. Lze proto rozlišit tyto druhy právní odpovědnosti:

- a) odpovědnost v soukromoprávních vztazích
- b) veřejnoprávní odpovědnost.

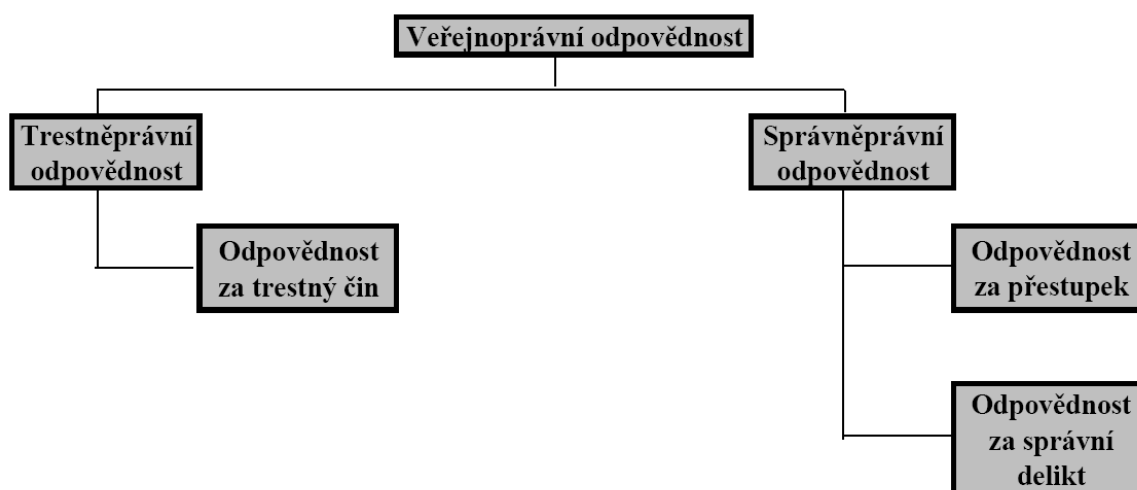
**Má práce je týká pouze veřejnoprávní oblasti, proto i právní odpovědnost budu rozebírat jen z pohledu veřejnoprávní odpovědnosti.**

Odpovědnost se ve veřejném právu se člení na odpovědnost dle práva trestního a odpovědnost dle práva správního. Pro veřejnoprávní odpovědnost je charakteristické, že orgány veřejné správy jsou povinny porušení právních norem sankcionovat, jakmile se o jejich porušení dozví.

Orgány veřejné správy zahajují trestní stíhání či správní řízení bez ohledu na vůli poškozeného, a to i v případě, že poškozený nedá svolení k trestnímu stíhání.

V trestním právu se jedná tradičně o odpovědnost za trestný čin  
Ve správním právu jde o odpovědnost za přestupky (zejména dle zákona č. 200/1990 Sb., o přestupcích) a odpovědnost za jiné správní delikty (disciplinární delikty, pořádkové delikty, jiné správní delikty fyzických a právnických osob). [4]

**Obr. 3.1 Schéma – rozdělení veřejnoprávní odpovědnosti**



**Zdroj:** HULVA, T. *Právo ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.

Z obrázku je patrné rozdělení veřejnoprávní odpovědnosti za činy způsobující poškození spotřebitele.

Odpovědnost jako kategorii práva lze vymezit jako sekundární povinnost, která vznikla v důsledku porušení jiné, a to primární povinnosti. Tato primární povinnost zpravidla vyplývá z dodržování právních předpisů. „Pro odpovědnost je obecně charakteristické, že je negativním zásahem do majetkových či osobních práv osoby, jež porušila primární povinnost.“ [4, str. 67]

Součástí odpovědnosti jsou i určité funkce, jenž vysvětlují k čemu by měla odpovědnost směřovat a co je důsledkem odpovědnosti.

Ve veřejnoprávních vztazích se uplatňuje především tak zvaná preventivní funkce, která usměrňuje potencionálního pachatele tím, že mu právní předpis hrozí určitou sankcí v případě porušení primární povinnosti a který naopak i na pachatele působí pozitivně tím, že mu zaručuje pro případ, že svou povinnost splní, právní ochranu. Pokud nepostačuje funkce preventivní, přebírá vedoucí úlohu funkce ochranná, která sleduje ochranu společnosti před trestními a správními delikty. Důsledkem této funkce je snaha minimalizovat počet trestných činů a správních deliktů, což je v podstatě povinností státních orgánů zakročit ihned, jakmile se o trestném činu či správním deliktu dozví, a tento čin důsledně potrestat, respektive zabránit pachatelům, aby v páčání trestné činnosti či v porušování norem správního práva pokračovali. Obecně platí, že ochranná funkce má působit tam, kde selhala primární ochrana, tedy ochrana preventivní.

[4]

„Státní orgány realizují sankci uvedenou v trestněprávním či správně právním předpise, a dávají tak reálně pocítit porušiteli důsledky nedodržení primární povinnosti.“ [4, str. 70]

Regulativní funkce spočívá v co nejpřesnějším vymezení podmínek trestní odpovědnosti a odpovědnosti za přestupky a správní delikty, a také ukládání sankcí a ochranných opatření porušitelů práva. [4]



## Správní řízení

Správní řízení vzniká podnětem, a to upozorněním příslušného správního orgánu vykonávající dohled nad dodržováním určitých právních norem (například Českou obchodní inspekci), že některá z těchto norem byla porušena.

Správní orgán je pak povinen zahájit správní řízení ihned, jakmile se o takovém to porušení dozví. Na podání podnětů k zahájení správního řízení se vztahuje především zákon č. 500/2004 Sb., správní řád.

Správní řízení je zahájeno dnem, kdy správní orgán oznámil zahájení tohoto řízení účastníkovi správního řízení, to je osobě, jejíž práva jsou dotčena. Na základě podkladů správní orgán rozhodne. Rozhodnutí či usnesení správního orgánu nabývá právní moci, jestliže proti němu již nelze podat řádný opravný prostředek (například odvolání či rozklad) a jestliže bylo rozhodnutí řádně doručeno všem účastníkům správního řízení.

Správní řízení vedené proti profesionálovi na podnět spotřebitele, nemá z hlediska práv a povinností spotřebitele zpravidla žádný přímý účinek. Účinek lze spatřovat pouze v tom, že správní orgán, jako reprezentant státní moci, nařídí profesionálovi, aby dodržoval příslušné právní předpisy a uloží mu pokutu za porušení právních předpisů, které v minulosti porušil. Spotřebitel se však nemůže domáhat např. náhrady škody, jako je tomu v řízení soukromoprávním nebo v adhezním řízení v rámci trestního procesu. [4]

**Tab. 3.1 Počet uložených sankcí Českou obchodní inspekci v roce 2010**

### Přehled uložených sankcí v roce 2010

Inspektorát ČOI	Uložené sankce celkem	
	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl.m. Praha	1 787	14 819 800
Jihočeský a Vysočina	1 911	6 584 000
Plzeňský a Karlovarský	2 737	6 430 500
Ústecký a Liberecký	2 062	7 386 800
Královehradecký a Pardubický	1 535	8 544 000
Jihomoravský a Zlínský	2 920	11 250 500
Moravskoslezský a Olomoucký	2 394	7 825 000
<b>Celkem</b>	<b>15 346</b>	<b>62 840 600</b>

**Zdroj:** <http://www.coi.cz/cs/> [14]

**Tab. 3.2 Uložené sankce ve správním řízení a udělené blokové pokuty Českou obchodní inspekci**

**Z toho: sankce ve správním řízení a uložené blokové pokuty**

Inspektorát ČOI	Sankce ve správním řízení		Uložené blokové pokuty	
	počet	výše v Kč	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl.m. Praha	1 724	14 773 800	63	46 000
Jihočeský a Vysočina	1 445	6 246 000	466	338 000
Plzeňský a Karlovarský	2 386	6 193 000	351	237 500
Ústecký a Liberecký	1 753	7 111 300	309	275 500
Královehradecký a Pardubický	1 339	8 422 000	196	122 000
Jihomoravský a Zlínský	2 515	10 818 500	405	432 000
Moravskoslezský a Olomoucký	2 086	7 549 000	308	276 000
<b>Celkem</b>	<b>13 248</b>	<b>61 113 600</b>	<b>2 098</b>	<b>1 727 000</b>

**Zdroj:** <http://www.coi.cz/cs/> [14]

Pro zajímavost uvádím výsledky uložených pokut Českou obchodní inspekci, a to celkově za rok 2010, tak uložené pouze ve správním řízení. Statistické údaje za poslední čtyři roky jsou uvedeny v příloze číslo dva až pět.

## **Trestní řízení**

Z trestného činu, na rozdíl od správního deliktu, může být odpovědna pouze fyzická osoba. Proto i trestní oznámení musí směřovat proti fyzické osobě, a to i přesto, že spotřebitel byl v podstatě poškozen právnickou osobou. V tomto případě je za trestný čin odpovědný zpravidla její statutární orgán. Jména i osobní údaje o členech statutárních orgánů, si spotřebitel může dohledat ve veřejném registru podnikatelů, v obchodním rejstříku.

Podnětem k zahájení trestního řízení je podání trestního oznámení orgánu činném v trestném stíhání. Ten prověří veškeré důkazy, jenž jsou v trestním oznámení navrhovány

i důkazy s případem související. Oznámí a pozve si osobu podezřelou, aby se k oznámení vyjádřila. Pokud je zjištěno, že podezřelá osoba se dopustila trestného činu, sdělí policejní orgán podezřelé osobě obvinění ze spáchání trestného činu. Poté následuje zahájení trestního řízení. Probíhá ve dvou fázích, a to v přípravném řízení a hlavním líčení. V přípravném řízení probíhají výslechy svědků, obviněných, poškozených, dochází k provedení znaleckých posudků a nashromáždění dalšího důkazního materiálu.

Po těchto úkonech předává policejní orgán spis státnímu zastupitelství, který podá k příslušnému soudu obžalobu. Následuje hlavní líčení, v němž státní zástupce přečte obžalobu, k této obžalobě má obžalovaný možnost se vyjádřit a dále je před soudem vyslechnut. Pokračuje se výslechy svědků a provedením jiných důkazů. Poté probíhá čtení závěrečných návrhů státního zástupce a obžalovaného. Na závěr soud přistoupí k vynesení rozsudku, jehož součástí může být i rozhodnutí o náhradě škody ve prospěch poškozeného. Podmínky pro přiznání: prokázání viny obžalovanému, průkaznost nároku.

[4]

O trestněprávní odpovědnosti se hovoří v § 12 trestního zákoníku, který uvádí, že trestní odpovědnost pachatele s trestněprávními důsledky, lze uplatňovat jen v případech, kdy nepostačuje uplatnění dle jiného právního předpisu. [11]

Proto v oblasti týkající se poškozování spotřebitelů, jsou postihy poškozujících z hlediska trestního stíhání spíše ojedinělé. To lze spatřit i ve statistikách uvedených na stránkách ministerstva spravedlnosti, v nichž jsem našla informace o počtu trestných činů v této oblasti. Údaje za rok 2009 uvádím v následující tabulce. Celkové statistické údaje za roky 2009, 2008 a 2007 uvádím v příloze číslo šest až osm.

[11]

**Tab. 3.3 Trestné činy v rámci poškozování spotřebitelů**

Stav k 1. 1. 2010 o počtu osob v rámci trestního řízení dle údajů soudů

	Počet osob
<b>Trestné činy celkem</b>	<b>5</b>
Odsouzeno osob celkem	3
Nepodmíněný trest odnětí svobody	1
Zproštění obžaloby	2

Stav 1.1. 2010 o počtu osob dle údajů státních zastupitelství

	Počet osob
<b>Trestné činy celkem</b>	<b>11</b>

**Zdroj:** [www.justice.cz](http://www.justice.cz), statistická ročenka kriminality, ministerstvo spravedlnosti ČR

Z tabulek je patrné, že v trestní rovině jsou postihy minimální, odpovědnost v oblasti poškozování spotřebitelů je tak trestána především v rovině správně právní.

### 3.2.2 Ekonomické důsledky

#### a) z pohledu mikroekonomie

Jak jsem již uvedla v příčinách ekonomického charakteru, jedním z důvodů proč výrobci mají tendence poškozovat spotřebitele je určitá asymetrie informací. Asymetrická informace vede ve svých konečných důsledcích k vytěsňování kvalitnějšího zboží z trhu zbožím méně kvalitním. Trh tak může nabízet spotřebitelům zboží, která jsou pro ně škodlivá, nebo také některá zboží jsou vytěsněna z trhu jinými statky s menším užitekem pro spotřebitele.

Spotřebitelé nemohou snadno na první pohled u některých výrobků nebo zboží rozpoznat jeho kvalitu, dokud jej nezakoupí a nějaký čas nepoužívají. Příkladem může autobazar, kde prodejci ojetých automobilů jsou na tom informačně o kvalitě každého auta mnohem lépe než kupující. Kupující jsou si samozřejmě vědomi toho, že přebírají určité riziko, že mohou zakoupit tak zvaného „Černého Petra“ (nekvalitní výrobek), jehož se prodávající chtějí zbavit. Kupující ale nevědí, které auto je ten tak zvaný „Černý Petr“, ale jsou si vědomi jaká je pravděpodobnost jeho získání a tedy znají průměrnou kvalitu aut. Budou tedy připraveni zaplatit jen průměrnou kvalitu, a tak některé auta budou podceněna (vozy nadprůměrné kvality) a jiná přeceněna (auta ve špatném stavu).

V důsledku takové situace se stane, že ti, kteří prodávají kvalitnější auta, budou trh opouštět. A proto průměrná kvalita aut, které na trhu zůstanou, poklesne a kupující budou ochotni zaplatit za auta, jenž na trhu zůstávají, méně. To povede k dalšímu odpadnutí

kvalitnějších aut a tudíž dalšímu poklesu průměrné kvality a následnému poklesu cen a tak dále. Trh se tímto bude zužovat na produkty stále horší kvality.

[2]

Cílem každého spotřebitele je jistě maximalizace užitku získaného koupi zboží či služby. Spotřebitel musí na zakoupení výrobku nebo poskytnutí služby vynaložit své těžce vydělané peníze, za které pak požaduje od prodávajícího či poskytovatele služby určitou kvalitu. Pokud ji nedostane, je poškozen, a dochází tak k újmě na jeho blahu.

## **b) z pohledu makroekonomie**

„Ochrana spotřebitele nabývá čím dále více na významu. Je svým způsobem i tak zvaným tažným motorem ekonomiky, neboť právě zvýšená důvěra spotřebitelů vede k vyššímu obratu obchodníků. V důsledku toho dochází k toku finančních prostředků i do výrobního sektoru, který je schopen tyto finanční prostředky opět investovat, což se projeví ve vývoji a ve stále se zvyšující se kvalitě výrobků.“

[4, str. 13]

Spotřebitelé proto hrají v ekonomice důležitou úlohu a jsou také důležitým zdrojem hrubého domácího produktu (HDP), výdaje spotřebitelů totiž představují plné dvě třetiny HDP. Hrubý domácí produkt je také užitečným ekonomickým ukazatelem výkonnosti ekonomiky, představuje součet peněžních hodnot finálních výrobků a služeb, vyprodukovaných během jednoho roku v zemi. Finální produkce je taková produkce, která je vyrobena a prodána, aby byla spotřebována domácnostmi, státem a podobně.

Na dnešních moderních trzích lze najít širokou nabídku stále složitějších produktů. Prohlubuje se nižší diferenciací mezi souvisejícími produkty a službami, což spotřebitelům ještě více stěžuje možnost porovnat a posoudit hodnotu dané nabídky a to dává i příležitost prodejcům protlačit na trh nekvalitní výrobky či dokonce padělky. S nimi přicházejí i nové formy podvodů, které povolávají orgány na ochranu spotřebitelů k větší ostražitosti a také aktivní spolupráci se zahraničními kolegy.

[17]

K poškození spotřebitele proto dochází ve chvíli, kdy trh nedosahuje svého potenciálu a v důsledku toho dochází k újmě na spokojenosti spotřebitelů.

[17]

V dnešní době je široký výběr výrobků a vysoká spletnost trhů, které dávají neustále šanci i nejrozumnějším padělkům, které jsou značným ekonomickým problémem na celospolečenské úrovni. Tyto padělky mohou být v nejrozumnější podobě, jak ve formě oblečení, obuvi, elektroniky, tak také ve formě léků a podobně. Tyto zakoupené napodobení mohou spotřebiteli způsobit újmu jak po peněžní stránce, tak také zdravotní.

Výrobci padělků poškozují svým jednáním jak samotné výrobce originálů, tak v konečném důsledku i spotřebitelé. Spotřebitelé v domněnku, že zboží je originál a má tak požadované vlastnosti, danou věc zakoupí, ale většinou až během užívání zjistí, že zakoupené zboží nesplňuje jejich očekávání a tudíž nebudou mít důvěru si výrobky určité značky koupit i příště. Tímto získají určitou nedůvěru i k originální značce.

Dalším makroekonomickým problémem může být i falšování kolků u lihovin a cigaret. Tímto počínáním tak subjekt okrádá stát na daních.

Státní orgány jsou proto nuceni provádět neustále kontroly, na jejichž základě se snaží tuto problematiku co nejvíce zmírňovat. Výsledky kontrol České obchodní inspekce uvádím v následujících tabulkách. V první tabulce porovnávám rok 2009 s rokem 2010 o celkovém počtu kontrol a počtu kontrol se zajištěnými padělkami, provedené v těchto letech Českou obchodní inspekci. V další tabulce uvádím, jaký byl podíl sortimentu zajištěných padělků.

**Tab. 3.4 Počet kontrol České obchodní inspekce proti padělanému zboží**

**Kontroly zaměřené na nabídku a prodej padělků a počet zajištěných padělků  
v roce 2009 a 2010**

<b>Rok</b>	<b>Počet kontrol</b>	<b>Počet kontrol se zjištěnými závadami</b>	<b>Počet kontrol se zjištěnými padělků</b>	<b>Počet kusů zajištěných padělků</b>	<b>Hodnota zajištěných padělků v cenách originálů v tis.Kč</b>
2009	1 738	1 233	382	41 804	59 038
2010	1 710	1 213	256	133 833	53 502

**Zdroj:** <http://www.coi.cz/cs/> [14]

**Tab. 3.5 Podíl zajištěných padělků Českou obchodní inspekci**

**Podíl sortimentu zajištěných padělků v % v roce 2010**

<b>Textil a oděvy</b>	<b>Obuv</b>	<b>Hodinky</b>	<b>Audio-video</b>	<b>Počítačové hry</b>	<b>Ostatní - nespecifikováno</b>
62,1	2,4	2,5	15,4	0	17,6

**Zdroj:** <http://www.coi.cz/cs/> [14]

Důsledky spojené s padělků však zasahují i do dalších oblastí, a to především právní, ale mají také své následky v oblasti lidské psychiky.

## **4 Nejčastější případy poškozování spotřebitelů a jejich řešení**

V první části této kapitoly se zabývám případy, které mě po konzultaci s pracovníkem České obchodní inspekce přišly jako nejvhodnější rozebrat a uvést v mé diplomové práci. V další části této kapitoly vyhodnocuji otázky obsažené v mém vytvořeném dotazníku, kterým jsem chtěla zjistit, jaké jsou zkušenosti obyčejných lidí ve spotřebitelské problematice.

### **4.1 Nejčastější případy poškozování spotřebitelů dle České obchodní inspekce**

V této podkapitole uvádím jedny z nejčastějších případů poškozování spotřebitelů, kterými se zabývá a následně řeší Česká obchodní inspekce.

#### **4.1.1 Příklad č. 1 – Šízení spotřebitelů v pohostinství**

Šízení zákazníků restauracemi a hospodami je známé již od nepaměti. Jednoduchou odpovědí na otázku, proč se tak děje, je vytoužený zisk všech lidí, zainteresovaných na provozu hospody, restaurace, baru či dokonce stánku. Jenže šízením zákazníků na míře piva, či jiných především alkoholických nápojů, a na jídle, se dostávají nejen do střetu se zákonem (jejich jednání je vědomé a dopouští se tak záměrného okrádání spotřebitele), ale také do rozporu s etikou provozování takového podnikání. „Kvalita poskytovaných stravovacích služeb by totiž pochopitelně měla odpovídat vloženým finančním prostředkům včetně správného objemu, obsahu a váhy nabízených nápojů a jídel.“ [18]

V pohostinství proto často bohužel neplatí přímá úměra mezi cenami, a odpovídající mírou či kvalitou nápojů a jídel ( kvalita x cena, množství ). Lákadlo zisku je zde pro provozovatele restauračních zařízení, barů či stánkových prodejců příliš vysoké. Penězi vyjádřený rozdíl mezi poctivým a šízeným podnikáním je v oblasti stravování



(stejně, jako mnohde jinde) docela markantní. Většina provozovatelů, výčepních či číšníků počítá s tím, že mnoho lidí nemá chuť vstupovat pokaždé do konfliktů, (jelikož často si člověk přijde do restaurace či hospody jen třeba popovídat či odpočinout) ohledně nesprávné míry nápoje či ne příliš poctivé porci masa, takže to většina lidí útrpně, ale v tichosti snáší. Někdo se třeba jednou za čas ozve, ale mnoho z nich mlčí, a tak mohou tito nepoctiví obchodníci dále více vydělávat. [18]

**Nyní bych pouze výčtem uvedla nejčastější nedostatky, jichž se dopouští provozovatelé restauračních zařízení či stánků. Těmito nedostatky jsou:**

- nápoje čepované pod míru, jídla s menší váhou
- nesprávné účtování – šízení hostů v účtování jejich útraty
- používání úředně neověřených měřidel

[19]

Jelikož český národ je národem milovníků **piva**, častým prohřeškem hospodských je tak šízení zákazníků na míře tohoto zlatavého moku. Pokud hospodský docílí toho, že na reálném objemu například 100 litrů piva prodá 250 piv namísto správných a na míru natočených 200 půllitrů, bude to pro něj pochopitelně finančně výhodnější. Na tomto jeho jednání bude ovšem ztracený zákazník, který za své vynaložené peníze nezíská požadovaný objem nápoje. Pokud má však spotřebitel podezření na menší množství piva, měl by prodávající umožnit kontrolu, např. přelitím do cejchované sklenice. Množství piva po opadnutí pěny, by mělo odpovídat deklarované výši. [18]

Podměrečné není však podávané jen pivo. Provozovatelé restauračních zařízení se snaží vydělat opravdu kde se dá, a tak se spotřebitelé často mohou setkat i s podměrečně nalévanými džusy, čepovanými sodovkami, ale především tvrdým alkoholem. Na něm mívají, především bary, velký zisk.

Dalším trikem, jenž provozovatelé stravovacích zařízení rádi používají, je objednání nápoje který ze 2/3 tvoří led. Spotřebitel si objedná džus nebo kolu a číšník přinese sklenici, ve které plave spousta ledu. Nápoj který pak spotřebitel pije je vlastně mražená voda. Nápoje je totiž na úkor ledu ve sklenici méně a prodejce si tak mne ruče, jelikož vydělává. Toto je ovšem nestandardní postup, který může přijít prodejce i slušnou

pokutu od dozorového orgánu. Led by měl totiž přinést číšník zvlášť se lžičkou nebo by měl být prodáván zvlášť v nádobě. Výjimku tvoří míchané nápoje, kde led je součástí jejich receptury.

**Džus, nektar nebo šťáva?** Mezi těmito ovocnými výrobky je významný rozdíl v obsahu ovocné složky. V některých restauracích se může spotřebitel setkat s problémem zejména u rozlévaných „džusů“. Podle nápojových lístků těchto restaurací je v nabídce uveden džus, pokud si jej však zákazník objedná dostane pouze nějakou ovocnou šťávu nebo nektar. Chutňový rozdíl nemusí být znatelný. [16]

Dobře se vydělává nepoctivým obchodníkům samozřejmě také na **jídle**. Důležitým předpokladem je však „šikovný“ kuchař. „Šikovný“ kuchař v takovém případě znamená, že je schopný kromě toho, že za málo peněz uvaří hodně různých jídel, tak také umí šikovně zamaskovat nenaplněnou gramáž masa a příloh, již zapáchající potravin upravit tak, aby to zákazník nepoznal, používat maso menší kvality, než jak je uvedeno na jídelním lístku, a v ideálním případě to všechno umí uvařit tak, že to lidem chutná. Takového to kuchaře si ovšem cení pouze nepoctivý podnikatel, který ho zaměstnává.

V praxi se velmi často vyskytují případy, kdy si host restauračního zařízení objednal řízky a namísto poctivé 150gramové kotlety dostal naservírovanou osmaženou strouhanku s kouskem masa, který rozhodně neodpovídal předepsané gramáži. Řízky nebo i rybí filé totiž kuchař jednoduše obalí dvakrát ve strouhance a tím se dostane na požadovanou hmotnost porce. Tím se ale také dostává do střetu se zákonem, protože porce masa v syrovém stavu, by měla odpovídat předepsaným normám. Dalším velmi častým případem se stává, že někteří kuchaři používají místo drahého a kvalitního masa uvedeného v jídelním lístku, náhražku tohoto masa levnějším a méně kvalitním. Typickým příkladem je pravá svíčková, která má být z hovězího zadního. V drtivé většině případů ovšem kuchaři používají hovězí přední. Na tomto „podfuku“ ušetří až 100 Kč za kilogram. Téma samo o sobě jsou také karbenátky, které mnozí nepoctiví kuchaři vytváří ne z kvalitního masa, ale se zbytků, odřezků, šlach, které semelou a okoření. Zmínila bych se také o dalším prohřešku kuchařů, který už ovšem může spotřebiteli způsobit zdravotní problémy, je zpracování již zapáchajícího masa. Z důvodu eliminace ztrát, tak někteří majitelé restaurací či hospod nutí své kuchaře aby maso, které již zapáchá a kazí se, nějakým způsobem upravili (například omyli vodou či ponořili do octa), aby se zbavili

jejich nepřírozené barvy či případného zápachu a znovu jej podávali zákazníkům.

Tyto nešvary restaurátérů bylo možno vidět také v pořadu **Ano, šéfe!**, vysílaného na televizi Prima. Hlavní postava tohoto pořadu, Zdeněk Pohlreich, jezdil po nejrůznějších restauracích a hospodách a snažil se řešit nepříznivé situace majitelů těchto zařízení, kteří si ho zavolali na pomoc. Při práci v těchto kuchyních však mnohdy zjišťoval nejrůznější nedostatky především v kvalitě, skladbě a množství nabízených jídel. Stávalo se, že kuchaři vařili z nekvalitních, často i zapáchajících surovin, podávali zeleninovou přílohu z nahnílé zeleniny a nedodržovali správné technologické postupy. Po konzumaci těchto připravených jídel tak konzument nejen že nemá vytoužený zážitek z jídla, který si představoval, ale také mu požití těchto nesprávně připravených potravin, může způsobit i jisté zdravotní problémy.

Z dalších „triků“, které mnohdy používají majitelé restaurací především blízko hranic se sousedními státy, je **účtování dvoji ceny**. Tento způsob účtování různých cen na základě národnosti je jednou z forem diskriminace. Projevuje se to především v jídelních lístečích v různých jazycích, kde si majitelé kalkulují různé ceny, v tomto případě vyšší. [16]

Specialitou některých hospod je také upravování účtenek hostům nebo připisování dalších čárek, které označují zkonsumované nápoje.

Kapitolou samou o sobě je stánkový prodej potravin či nápojů. Častým prohřeškem většiny takových provozoven je používání úředně neověřených měřidel, jako jsou například váhy. Jako jeden z nejtypičtějších příkladů bych uvedla vážení kaprů, kteří se prodávají na náměstích, u supermarketů před vánočními svátky.

Tito prodejce se také často dopouští prohřešků proti spotřebiteli tím, že potraviny váží i s obalovým materiálem, který pak na celkové ceně může přidat i více než 10 Kč.

## **Závěr a řešení**

Z právního hlediska je jídlo v restauraci předmětem koupě tak, jako koupě jiného zboží v obchodě. Z toho důvodu je možné, aby spotřebitel pokud je nespokojen s objednaným jídlem či nápojem, tyto produkty mohl též reklamovat. Prodávající odpovídá za vady prodáváných jídel a nápojů. Provozovatel stravovacího zařízení je povinen dle zákona prodávat pokrmy a nápoje v požadované jakosti a s požadovanými vlastnostmi. Jeho podávané jídlo či nápoje by se tak mělo shodovat s údaji uvedenými například v jídelním lístku. Mělo by odpovídat množství, míře nebo hmotnosti v něm uvedené. Pokrmy a nápoje musejí pochopitelně odpovídat požadavkům právních předpisů, a to zejména hygienických.

Dle zákona o ochraně spotřebitele je provozovatel stravovacího zařízení povinen prodávat své výrobky ve správné hmotnosti, míře a množství a umožnit i spotřebiteli, v případě nespokojenosti či reklamace, překontrolovat správnost těchto údajů. Měl by mít proto vždy k dispozici kalibrovanou sklenici pro ověření míry prodáváného nápoje a úředně ověřenou váhu k prověření servírovaného množství jídla. Tento zákon také nepřipouští žádné odchylky v hmotnosti a míry podávaných jídel a nápojů. Restaurační zařízení

Pokud se tedy stane, že spotřebitel dostane pokrm či nápoj, který nemá odpovídající vlastnosti, má zákazník právo, aby prodávající bezplatně a bez zbytečného odkladu provedl nápravu, a to dle volby zákazníka buď formou výměny pokrmu, nebo opravou, kterou může být například doplnění chybějící hmotnosti nebo míry nápoje. Není-li výměna či oprava pokrmu možná, například pro náročnost přípravy porce, může zákazník jídlo bez placení vrátit. Pokud se jedná o nápoj, který dostane zákazník načepovaný pod míru, může nepochybně požadovat dočepování nebo natočení nového nápoje ve správné míře.

[25]

Závěr tohoto zamyšlení nad příčinami a dopady šizení spotřebitelů v restauračních zařízeních je dle mého názoru takový, že mnoho záleží především na nás jako spotřebitelích, zákaznících, kteří navštěvují restaurace. Pokud spotřebitelé bez jediného slova nebo činu protestu přijmou, že jsou na mnoha místech pravidelně šizeni a nedostávají za své peníze správnou míru nápojů či množství jídla, podílí se dobrovolně na tomto způsobu podnikání. Spotřebitelé by měli za své vynaložené peníze požadovat kvalitní služby a neslevit ze svých oprávněných nároků. Proto když číšník přinese pivo natočené

hluboko pod míru či podměrečnou porci pokrmu, měl by se zákazník ozvat a žádat o okamžitou nápravu. O této své špatné zkušenosti by se měl podělit i se svými přáteli a známými a tím je ochránit před špatnou investicí peněz do šizeného podnikání. Myslím si, že tímto osobním a zodpovědným přístupem se tak mohou restaurační zařízení může rozdělit na dobré a špatné a zabránit tak dalšímu ošizování spotřebitelů. Takové to restaurační zařízení by byly postupně odsouzeny k úbytku zákazníků a tím pádem i menšímu zisku, v extrémních případech až ke krachu. A takto nekvalitně provozovaný byznys by se mohl alespoň trochu zmírnit.

Setká-li se spotřebitel s jakýmkoliv pochybením, měl by se ihned obrátit na číšníka či vedoucího provozovny a žádat o nápravu. Pokud se to opakuje či počínání restaurace považuje zákazník za protiprávní, je vhodné, aby na něj upozornil. Upozornit takto může zejména místně **příslušný inspektorát České obchodní inspekce**, dále pak **Státní zemědělskou a potravinářskou inspekci, hygienickou stanici nebo místně příslušný živnostenský úřad**. Tyto instituty už zjednejí s dotyčným podnikatel nápravu, převážně v podobě pokuty či dokonce případného zákazu činnosti.

Se závažnějšími nároky je pochopitelně možné se obrátit i na soud.

Česká obchodní inspekce a další výše uvedené úřady provádějí pravidelně kontroly v restauračních zařízeních či jiných provozovnách veřejného stravování, včetně stánkových prodejí. Tyto kontroly provádí inspekce buď namátkově nebo na základě podání podnětů občanů. Pokud zjistí, že provozovatel šidí či nějakým způsobem okrádá zákazníky, zahájí s tímto podnikatelem správní řízení.

[18], [19]

### 4.1.2 Příklad č. 2 – Reklamace

Reklamace či uplatnění záruční lhůty, je častým úskalím, se kterým se setkalo již spousta lidí, dovolím si tvrdit, že snad téměř každý. V této souvislosti pak také často vznikají spory mezi spotřebiteli a prodejci.

Typické pro dnešní dobu je, že pokud se spotřebitel chystá nějakou věc koupit, obchodníci si ho předcházejí, lákají různými slevami, akcemi, reklamními letáky a podobně. „Pokud se ale na zakoupeném zboží objeví nějaká vada a je ji třeba reklamovat, prvotní ochota a horlivost obchodníků mizí, a ne zřídka dochází ke sporům zákazníka s obchodníkem.“ [20]

„Prodávající poměrně běžně odmítají přijmout reklamaci spotřebitele bez kupního dokladu (tedy paragonu), někdy si takovéto ustanovení vkládají i do reklamačních řádů. Paragon přitom není povinnou náležitostí pro uplatnění reklamace. Spotřebitel však musí prokázat jinak, že zboží od prodávajícího koupil, kdy a za kolik. Nejlépe to lze učinit na základě dalších dokladů - např. potvrzení o úhradě platební kartou či záruční list. Proto se dá doporučit doklady o nákupu zboží uschovávat.“ [16]

Může se také stát, že prodávající odmítne přijmout reklamaci zakoupeného zboží s výmluvy, že reklamaci nemůže převzít, že to může jen pan vedoucí, či pan majitel, který zrovna není přítomen. Toto jednání však není v souladu se zákonem, jelikož dle zákona o ochraně spotřebitele musí být po celou provozní dobu přítomen pracovník, oprávněný vyřizovat reklamace.

Spotřebitelé se také mohou setkat s tím, že i když prodávající při přebírání reklamovaného zboží sám uznává, že zboží vykazuje vady příslušející reklamaci (jasné a výrazné vady), a pošle ho svému dodavateli na zjednání nápravy, po návratu zboží pak ale zcela obrátí. Tvrdí spotřebiteli, že mu nemůže vyjít vstříc, ač by chtěl, ale reklamaci zamítl jeho dodavatel, takže mu nemůže nijak vyhovět. Ve skutečnosti však prodávající může vyhovět vždy, jelikož ze zákona, o reklamaci rozhoduje vždy on. Mnohdy ovšem nechce, neboť toto řešení vnímá jako pro něj nevýhodné. „Při uznání reklamace a vrácení peněz by na tom prodávatel nebo by případně musel řešit spor se svým dodavatelem soudně.“ [16]

V některých případech obchodník namísto požadované výměny zboží zákazníkem, zboží v rámci reklamačního řízení opraví s vysvětlením, že i tímto řešením je zboží po reklamaci v pořádku a zákazník jej může dále užívat. Tento způsob jednání prodejce ovšem není oprávněný, jelikož pokud má spotřebitel na výměnu zboží nárok, je prodejce jeho požadavkem vázán. Pokud by ovšem vyřízení reklamace požadovaným způsobem spotřebitele nebylo z určitých důvodů možné, je třeba, aby další postup spotřebitel výslovně odsouhlasil. Požadovaný způsob vyřízení reklamace musí prodejce také zaznamenat do reklamačního protokolu, který vystavuje v okamžiku, kdy zboží přebírá k reklamaci.

Obdobně není dovoleno, aby v případě, kdy zákazník zboží reklamuje a prodávající reklamaci zamítne, ho bez svolení spotřebitele na jeho náklady opravil. Taková zakázka už přesahuje rámec reklamačního řízení a byla by možná až na základě uzavření samostatné smlouvy o dílo.

Opakem pak může být situace, kdy prodávající zákazníkům nabízí namísto klasického vyřízení reklamce, jako je výměna, oprava nebo sleva z ceny či vrácení peněz, možnost výměny zboží za jiné, které mají na prodejně. Proávající nesmí touto možností reklamaci podmiňovat, ledaže by spotřebitel sám na tuto nabídku přistoupil a nebyla by tato nabídka pro něj nevýhodná. Pokud však spotřebitel s touto variantou nesouhlasí, je prodávající stále povinen vyřídit mu reklamaci způsobem, jak to požaduje zákon. [16]

Někteří prodávající si v reklamačních podmínkách stanovují požadavek na reklamaci zboží pouze v originálním obalu. Toto ustanovení ovšem omezuje možnost kupujícího uplatnit záruku, a proto může být označeno za neplatné. Spotřebitel je pouze povinen předat zboží k reklamaci ve vhodném obalu, které by zabránilo jeho případnému poškození.

Často se také spotřebitelé setkávají s tvrzením obchodníků, že zboží prodávané se slevou nelze reklamovat. Tento argument je však opodstatněný pouze v případě, že spotřebitel reklamuje vadu, pro kterou byla poskytnuta sleva. O jakou vadu se jedná, by mělo být zřetelně vyznačeno na prodejním dokladu. Proto například koupí-li si spotřebitel v obchodě boty, které jsou zlevněné z důvodu lehce poškrábaného povrchu, zaviněného nevhodným zacházením v prodejně, tak tuto vadu logicky nelze reklamovat. Pokud je však začneme nosit a po druhém použití se mu zlomí podpatek, pak je možno reklamaci uplatnit.

Partnerem spotřebitele je vždy prodávající, u kterého výrobek zakoupil. Reklamací ovšem může uplatnit i v záručním servisu, pokud je na záručním listě uveden. Spotřebitel si tedy může vybrat, kde reklamaci uplatní, samozřejmě dle toho, co je pro něj výhodnější. Ve značkovém servisu by jeho reklamace mohla být vyřízena rychleji, jelikož je ušetřen čas na dopravu zboží zpět do prodejny. Na tuto záležitost se ovšem někteří prodejci vymlouvají a snaží se namluvit zákazníkům, že potřebují na vyřízení jeho reklamce delší lhůtu, než jaká je daná dle zákona, jelikož doprava zboží vyžaduje určitou dobu. Toto jednání je ovšem nepřipustné, jelikož i při uplatnění reklamce na prodejně musí být dodrženy zákonné lhůty.

[20], [16]

## **Závěr a řešení**

Vyřízením reklamace se rozumí oprava, výměna zboží, vrácení kupní ceny nebo i zamítnutí reklamace. Reklamací musí obchodník vyřídit bezodkladně na své náklady, nejpozději však do třiceti dnů ode dne jejího uplatnění. Proávající se však se spotřebitelem může dohodnout i na delší lhůtě, například při opravách zcela výjimečných výrobků. Tuto dohodu si však prodávající nemůže vynucovat, spotřebitel na ni musí přistoupit sám bez nátlaku. Pokud však podnikatel reklamaci v zákonné lhůtě nevyřídí, může poškozený spotřebitel podat stížnost k České obchodní inspekci. Prodejce se nedodržením zákonné lhůty dopouští deliktu, za který mu může Česká obchodní inspekce udělit pokutu.

Způsoby vyřízení reklamace a možnosti volby spotřebitele stanoví občanský zákoník. Obchodník se od těchto ustanovení nemůže odchýlit. O přijetí reklamace musí prodejce vydat písemné potvrzení, ve kterém bude uvedeno, jaký způsob vyřízení reklamace spotřebitel požaduje. Proávající je pak povinen přijmout reklamaci ve své provozovně, pokud není v záručním listě uveden jiný konkrétní servis, jenž by mohl spotřebitel ke své reklamaci využít.

Pokud obchodník zboží k reklamaci nepřijme, je dobré žádat potvrzení o nepřijetí a konzultovat další postup s odborníkem. Vedle toho může spotřebitel podat podnět České



obchodní inspekce, která prošetří, zda se tímto jednáním podnikatel nedopustil deliktu, za který mu může být uložena pokuta. [20], [29]

Je třeba zdůraznit, že Česká obchodní inspekce nezkoumá, zda případné zamítnutí reklamace bylo oprávněné. Spotřebitel se tedy v případě nespokojenosti s vyřízením reklamace musí vedle inspekce obrátit vždy na odborníka a poradit se o dalším postupu. ČOI není oprávněna zasáhnout do občanskoprávního vztahu mezi prodávajícím a kupujícím, rozhodnout v reklamačním sporu může jedině soud. To znamená, že inspekce nemůže pomoci spotřebiteli při navrácení peněz. Spotřebitel se musí obrátit přímo na prodejce a pokud se s ním nedohodne, může se obrátit na soud.

[22]

Dle zákona o ochraně spotřebitele musí prodejce řádně informovat spotřebitele o rozsahu, podmínkách a způsobu uplatnění reklamace, včetně údajů o tom, kde může reklamaci uplatnit.

Prodejce by měl také spotřebiteli umožnit k výrobku kvalitní český návod, ze kterého se spotřebitel dozví potřebné informace o výrobku, jeho ošetřování, údržbě či případných rizicích spojených s jeho nesprávným užíváním a údržbou.

### **4.1.3 Případ č. 3 – Prodej padělků (napodobenin)**

Nejen peníze, ale i kvalitní a výjimečné zboží se vždy napodobovalo či padělalo a bohužel tento jev je častým a společensky škodlivým problémem i v dnešní době. Falšovat produkty známých a úspěšných značek se padělatelům vyplatí, neboť jde o zboží s vynikající pověstí, velkým zájmem zákazníků a tedy snadným a rychlým odbytem na trhu. Padělatelům nahrává i vyšší cena vysoce kvalitních originálů. Zde totiž vzniká příležitost pro "výhodný" prodej, kdy lze zákazníka jednoznačně získat lákavou cenou a přesto si zaručit dostatečný zisk. Padělky mohou mít různou podobu, která může začít od značkových oděvů, přes kabelky, elektroniku, náhradní díly do aut a končit dokonce až u léků. [26]

Nejvíce padělaného zboží je koncentrováno na tržnicích, na kterých se spotřebitelé mohou setkat s textilním zbožím, obuví či elektronikou známých značek od světových výrobců, ale za významně nižší ceny. Tento nešvar se však bohužel vyskytuje také v kamenných obchodech, kde ale spotřebitelé předpokládají, že zboží, které zde zakoupí, bude originál. Padělky značkového zboží, jejichž kvalita bývá často nízká a nemusí odpovídat ani z hlediska hygienických předpisů, mohou být nebezpečné především pro malé děti či alergiky.

V dnešní době vlastní mobilní telefon už téměř každý člověk. Mobilní telefony se proto vyrábí v obrovských množstvích a to také láká mnoho padělatelů, kteří by se na tomto byznysu mohli dobře přizivit. Padělají se především baterie známých a úspěšných značek jako je například Nokia. Tyto padělky se k nám dováží hlavně z Číny, kde existují velké skupiny těchto padělatelských skupin. Pozornost padělatelů je věnována především vnější podobě, aby vypadala jako originál, ale uvnitř jsou tyto baterie ošizeny o ochranné obvody, které zaručí bezpečné odpojení při přehřátí (přebití). Pokud si tento padělek baterie spotřebitel zakoupí v domnění, že se jedná o originál, může být následným užíváním značně poškozen. Nejen že baterie nevydrží požadovanou dobu (nemá dostatečnou kapacitu), ale vzhledem k nižší kvalitě výrobku může také ohrozit bezpečnost při jeho užívání.

Nepoctiví obchodníci nepadělají jen oblečení či elektroniku, trh je také zaplaven napodobeninami některých značek alkoholu, který může obsahovat nebezpečné chemické látky.

Závažným problémem však mohou být především padělané léky, jejichž účinek není dostatečný a co více, mohou v některých případech ohrozit zdraví či dokonce život spotřebitele.

[26], [27]

## **Závěr a řešení**

Padělek však ale nikdy nedosahuje kvality a technických vlastností originálu. Jeho výroba musí být co nejlevnější, proto jsou použity nekvalitní materiály a není dodržována správná technologie výroby. Prodej se tak stává velmi výhodným. Padělání škodí jak

firmě, jejíž výrobky jsou napodobovány, tak také zákazníkům, kteří jsou tímto ošizeni o kvalitní originál. Roli zde nemusí hrát jen poškození spotřebitelů po peněžní stránce, ale může být také v jistých případech ohroženo dokonce jejich zdraví. Nepoctiví výrobci využívají nejen pověst úspěšné a známé značky, ale také i její konkrétní osvědčené modely, které jsou mezi zákazníky oblíbené.

Vznikají tak velmi dobře napodobené výrobky, které jsou na první pohled nerozeznatelné od originálu, ovšem pouze do té doby, než je začne spotřebitel používat. [26]

Většina padělků však bývá o poznání levnější a proto by tato nízká prodejní cena měla být také prvním varováním pro potenciálního kupce, že jde o padělek. U mnohých však bohužel naskočí vidina „ušetřených“ peněz a signál rychle utichne. Spotřebitelé by měli vždy zvážit, zda se chtějí podílet na protiprávním jednání a zda tím neublíží především sami sobě i svému okolí. [26]

Pokud by spotřebitel získal podezření, že se jedná o padělané zboží, měl by informovat Českou obchodní inspekci, popřípadě jiný dozorový orgán jako například celní správu či případně polici, které s ČOI spolupracují.

Česká obchodní inspekce však provádí i pravidelné zátahy na padělatele, jejich padělané zboží zabavuje a padělatelům uděluje tučné pokuty. Zabavené zboží pokud je to možné putuje na humanitární účely, samozřejmě po odstranění značek porušující práva duševního vlastnictví, pokud to možné není, ČOI jej zlikviduje na náklady prodávajícího, u něhož byly padělky zjištěny.

#### **4.1.4 Případ č. 4 – Poškozování spotřebitelů v obchodech s potravinami**

„Na území Evropské unie může spotřebitel počítat s všeobecně vysokým standardem kvality a také s vysokou úrovní bezpečnosti potravin. Přesto stále existují podnikatelé, kteří vymýšlejí nové metody, jak obejít právní předpisy a obohatit se na úkor spotřebitele.“ [22]

Podvody v oblasti potravin jsou prodejci realizovány většinou za jediným cílem a to, utržit co nejvyšší finanční zisk. V některých případech však kvůli těmto praktikám obchodníků může dojít nejen k poškození spotřebitele po finanční stránce, ale též dokonce k ohrožení jeho zdraví.

Asi každý člověk se už setkal s ne příliš férovými praktikami některých obchodníků, kteří úmyslně přelepují cedulky informující o trvanlivosti, omývají potraviny, aby se zbavily jejich nepřírodní barvy či případného zápachu nebo míchají výrobky s různým datem spotřeby. [21]

Většinu spotřebitelů při nákupu zajímá, co je na etiketách výrobků napsáno. Mohou si povšimnout, že doba, do které se má výrobek spotřebovat, může být označen dvěma způsoby. A to buď slovy „Datum použitelnosti“ nebo „Datum minimální trvanlivosti“. Obyčejný člověk často vůbec netuší, jaký je mezi těmito daty rozdíl.

Datum použitelnosti se uvádí slovy "**Spotřebujte do...**". Doba použitelnosti se používá pro potraviny, které se relativně rychle kazí, a musí být proto rychle spotřebovány. Jedná se například o jogurty a jiné mléčné výrobky, chlazené maso, výrobky studené kuchyně a podobně. Po tomto datu se výrobky již nesmějí prodávat, jelikož se považují za zdravotně závadné. Tyto lhůty vy se proto měly striktně dodržovat, a to především například u masa či různých salátů, kdy hrozí nakažení nejrůznějšími bakteriemi. Spotřebitele by pak po požití takového produktu pak mohly trápit střevní problémy, v nejhorším případě postihnout i otrava. U těchto produktů musí výrobce na obal doplnit i údaje o podmínkách skladování. Výrobce zaručuje k tomuto datu zdravotní nezávadnost.

Potraviny s uvedeným datem spotřeby se po tomto termínu prodávat nesmějí. Toho si jsou vědomi i sami obchodníci, a proto je opravdu zapotřebí kontovat každý kelímek jogurtu či chlazené balení kuřecích řízků. Není totiž tajemstvím, že výrobky prodejci často vykládají tak, že jsou v regálech v nejbližší řadě k zákazníkovi ty potraviny, kterým právě končí datum jejich spotřeby třeba již následující den, a ty čerstvé v zadních řadách. Je to určitý trik prodejců jak „zbavit“ výrobků na hranici trvanlivosti. Na tyto nástrahy doplácí především nepozorní zákazníci nakupující ve spěchu. Tato praxe však není nijak nezákonná.

Naproti tomu datum minimální trvanlivosti uvádí výrobce slovy "**Minimální trvanlivost do...**". Je to minimální lhůta, po kterou je garantována nezávadnost potravin. Datem minimální trvanlivosti se většinou označují potraviny, které jsou trvanlivého charakteru. Příkladem mohou být konzervy, sušenky, čokoláda, nápoje, těstoviny a podobně. Tyto potraviny tak po skončení data minimální trvanlivosti ještě nemusí být závadná a prodejce je tak může dále prodávat. Je však ale také jeho povinností se o tom přesvědčit, jelikož po tomto datu ručí za zdravotní nezávadnost takto prodávaného zboží právě prodejce.

Tyto výrobky musí být v obchodech oddělené od výrobků čerstvých, obchodník musí zajistit dostatečné informační značení, že se jedná o výrobky s prošlou minimální trvanlivostí, měly by být například výrazně označeny. Nepostačuje označení, jak si někteří obchodníci myslí, slovo „sleva“ či „akce“. V obchodech by proto měl být vyhrazen a označen prostor, kde si zákazníci mohou toto zlevněné zboží vybrat a zakoupit. Mnoho prodejců ovšem těchto zákonných ustanovení nedodržují a míchají potraviny čerstvé s potravinami s prošlým datem minimální trvanlivosti.

Jestliže za slovy "**Spotřebujte do**" nebo "**Minimální trvanlivost do**" nebude následovat datum, musí zde být uvedeno, kde je toto datum na obale vyznačeno.

[22]

Jak jsem již uvedla na začátku textu, jedním z poměrně častých nešvarů prodejců je přelepování údajů, informujících o datu použitelnosti výrobku. Tento důležitý údaj tak někteří obchodníci přelepují cenovkami či nálepkami o slevě nebo přímo celá data přepisují, a spotřebitel pak nemá možnost zjistit, jak čerstvá je ona potravina. Toto jednání obchodníků však může konečnému zákazníkovi způsobit i značné zdravotní potíže.

Problém také bývá u výrobků jako jsou tvarohy ve staniolové fólii, máslo, výrobky s kovovou sponou, s datem umístěným ve svaru sáčku a podobně. U těchto typů výrobků je datum s trvanlivostí mnohdy velmi špatně čitelné a často bývá také různým skladováním znehodnocené. Problém se může také naskytnout ve špatné orientaci v informacích uvedených na obale v souvislosti s několikajazyčnými údaji (například slovenské *Spotřebujte do...* znamená Dobu minimální trvanlivosti nikoli české *Spotřebujte do..*).

S čím se mohou spotřebitelé v obchodech také setkat, je zpracované již zapáchající masa, které obchodníci ještě nechtějí zlikvidovat a proto ho jen omyjí a vloží do plastových mistichek, které zalisují folií. Takto balené maso se pak prodává v chladících boxech a pokud si jej koupí zákazník, tak po otevření zjistí, že maso je zkažené. V takovém to případě má spotřebitel samozřejmě právo na reklamaci takto znehodnocené potravin.

**Obr. 4.1 Zlevněné potraviny**



Může se také stát, že i když spotřebitel přesně dodrží doporučené skladování, které je uvedené na obale výrobku a potravinu je ještě v záruce, přesto na ní objeví plíseň. Tento jev může vzniknout i špatným skladováním prodejce, či již přímo ve výrobním závodě. Takové zboží má spotřebitel samozřejmě právo reklamovat. Obecně se na reklamaci lahůdkářských výrobků vztahuje lhůta 24 hodin, na ostatní potraviny pak 8 dní. Pokud je však na jejich obalu vyznačena doba spotřeby nebo doba minimální trvanlivosti, můžeme zboží reklamovat po celou dobu, od zakoupení až do uplynutí této doby. Prodávající nebo jím pověřený pracovník musí o reklamaci rozhodnout ihned.

Pro mnoho druhů potravin existují levnější náhražky. Jejich prodej je legální, pouze pokud jsou řádně označeny a spotřebitel se tak může dovědět, že se jedná o náhražku. Občas se ale najde prodejce, který náhražku nabízí klamavým způsobem. Příkladem může být prodej kakaové pochoutky, která je na regálovém štítku prezentována jako čokoláda.

Právní předpisy poměrně přísně stanoví, jaké údaje musí být uvedeny na obalu potravin. Tyto údaje samozřejmě musí být pravdivé a také nezkreslené. Výrobci se však někdy dopouštějí klamání, když například na výrobku naznačují určitý původ, který

neodpovídá realitě, například parmská šunka vyrobená v Německu, švýcarský sýr z Polska apod. Jinou formou klamavého označování jsou potraviny, na kterých je uveden obsah určitého množství živin nebo vyšší podíly některých složek či naopak nepřítomnost jiných, které se ovšem neshodují se skutečným složením potraviny. Příkladem může být údaj bez cukru nebo bez tuku.

[22], [23]

## **Závěr a řešení**

V mnoha případech mohou určité klamavé praktiky prodejců odhalit sami spotřebitelé, ve většině případů však není v jejich možnostech podvod rozpoznat. Právě na tyto případy se soustřeďují dozorové orgány. K tomuto účelu jsou prováděny neohlášené kontroly u obchodníků, dovozců, ale i u výrobců, které ověřují, zda nedochází ke klamání spotřebitele.. V případě zjištění závady jsou nevyhovující potraviny zakázány a je nařízeno jejich stažení z obchodní sítě. Jde-li o závažné případy, informují orgány veřejnost prostřednictvím médií, aby spotřebitelé, kteří si takovou potravinu již zakoupili, mohli žádat vrácení peněz či aby příště zboží tohoto výrobce nekupovali. S každým provinilcem je poté zahájeno správní řízení, jehož výsledkem je uložení pokuty. V případě klamání spotřebitele bývají tyto pokuty velmi citelné, nehledě na to, že nemalá škoda vzniká provozovateli tím, že nesmí své zboží dále prodávat. Každý, kdo se dopustí takového podvodu, si navíc může být jist tím, že jej inspekce bude navštěvovat znovu a znovu, dokud své zboží nedá do pořádku.

Není ovšem v jejich možnostech zkontrolovat všechny potraviny uváděné na trh. Nejlepším kontrolorem je proto poučený spotřebitel, který umí hájit svá práva. [22]

Na závěr nezbyvá než dodat, že pokud na pultech obchodu narazí spotřebitel na zboží s proslou spotřební lhůtou nebo na zboží s proslou dobou trvanlivosti, které je úmyslně zamícháno v novějším sortimentu, měl by upozornit obchod ke zjednání nápravy. Pokud i nadále se bude s tímto nepoctivým jednáním obchodníků setkávat, je dobré a to jak v jeho zájmu, tak v zájmu všech potencionálních zákazníků, kontaktovat Českou obchodní inspekci, která si na nepoctivého obchodníka „posvítí“.

„Dle vyhlášky o způsobu označování potravin musí být všechny údaje, tedy i datum, pro spotřebitele **srozumitelné**, uvedené **na viditelném místě**, snadno **čitelné**, **nezakryté nebo nepřerušené jinými údaji**, **nesmazatelné** a vyjádřené v **nekódované** formě.“ [22]

#### 4.1.5 Příklad č. 5 – Cestovní kanceláře

Blížící se hlavní turistická sezóna dělá s mnohými cestovními kanceláři divy. Předhánějí se v nabídkách na zájezdy do všech končin světa a slibují potencionálním klientům nezapomenutelné zážitky. Otázkou ovšem zůstává, zda-li tyto jejich přísliby jsou reálné nebo zda nejde o pouhé marketingové tahy. Toto vše ovšem člověk zjistí až po zakoupení zájezdu na základě vlastní zkušenosti, která může být někdy dosti útrpná.

Proto se také častým případem stává, že se spotřebitelé setkávají s tím, že cestovní kancelář zorganizovala zájezd, přičemž podmínky v místě rekreace nedopovídaly skutečností popsaným v katalogu. A to jak pokud jde o kvalitu ubytování a stravy, tak i okolního prostředí.

Prodejci velmi dobře vědí, že mnoho zákazníků dává velký důraz na první dojem, který na něj nabídka zájezdu udělá. Čím lepší dojem, tím také jistější výhoda před konkurencí. Navíc ztíží-li tím možnost seriózního srovnání nabídek s konkurencí, má soutěžní výhodu.

„Chyták“, který ještě do nedávna s chutí používaly některé cestovní kanceláře na přilákání klientů, bylo uvádění ceny bez povinných příplatků. Mnoho cestovních kanceláří uvádělo ceny, které neobsahují povinné příplatky. Tato poznámka byla obvykle uvedena jen velmi malým písmem či na konci katalogu, a málokterý spotřebitel si ji tak všimnul. Tato cena tak vypadala lákavě pouze na první pohled. Její konečná podoba se projevila až u placení zájezdu, která pak bývala navýšena o ne příliš malé „povinné příplatky“. Těmito povinnými příplatky byly především letištní, palivové a bezpečnostní poplatky, pojišťovací poplatky či třeba poplatky za klimatizaci. Od roku 2011 je toto jednání jakékoli cestovní kanceláře či agentury přísně sankcionováno.



Cena nesmí vzbuzovat zdání, že bude vyšší nebo nižší, než ve skutečnosti je.

Mezi další nejčastější porušení, kterých se cestovní kanceláře dopouštějí je povinnost informovat zákazníka o podmínkách, rozsahu a způsobu uplatnění případné reklamace, dále pak užívají nekalých obchodních praktik, které jsou způsobilé podstatně ovlivnit spotřebitelovo rozhodnutí tím, že spotřebitel učiní obchodní rozhodnutí, které by jinak neučinil.

## **Závěr a řešení**

Uvedené jednání cestovních kanceláří má jak soukromoprávní, tak také veřejnoprávní podtext. Veřejnoprávní dopady za porušení určitých povinností (zákona), jsou však většinou pro cestovní kanceláře daleko citelnější než soukromoprávní. Problematika cestovního ruchu je upravena především speciálním právním předpisem, a to zákonem č. 159/1999 Sb., o podmínkách provozování cestovního ruchu. Nelze však zapomínat, že cestovní kanceláře poskytují své služby spotřebitelům, proto dalším velmi důležitý právní předpis, který upravuje tuto oblast je zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Z této skutečnosti vyplývá, že služby poskytované cestovními kancelářemi spadají pod dohled České obchodní inspekce. Ta prostřednictvím svých inspektorů v pravidelných intervalech ověřuje, zda jednání cestovních kanceláří či agentur je v souladu se zákonem, a zda tak nelákají klienty na nepravdivé sliby.

[4]

Dle zákona o ochraně spotřebitele nesmí žádná cestovní kancelář či agentura spotřebitele klamat, nesmí uvádět nepravdivé, nedoložené, neúplné, nepřesné, nejasné, dvojsmyslné nebo přehnané údaje anebo zamlčet údaje o skutečných vlastnostech služeb či úrovni nákupních podmínek. Za toto jednání může Česká obchodní inspekce uložit pokutu ve výši až do 1 000 000 Kč. V případě, že je sankce uložena opakovaně, až 2 000 000 Kč.

[4]

„Spotřebitelé by si tak měli dát na podezřelé nabídky velký pozor. Korektní obchodník se pozná nejlépe podle toho, že se za celkovou cenu zboží nebo služby nestydí a prezentuje svoji nabídku zcela otevřeně. V opačném případě je jeho chování „zralé“ na podnět k dozorovým orgánům.“

[16]

Aby se spotřebitel vyhnul případným problémům, měl by dodržovat určité doporučení, které radí Česká obchodní inspekce potenciálním klientům cestovních kanceláří či agentur. Nyní bych uvedla několik z nich. Spotřebitel by tak měl především:

- Vybírat si z nabídek více cestovních kanceláří a porovnávat rozsah nabízených služeb i ceny mezi sebou.
- V případě nerozhodnosti spotřebitele, který hotel si vybrat, hledat ohlasy klientů na služby jednotlivých hotelů například na internetu, kde je takových informací dostatek.
- V případě zjištění nedostatku v místě pobytu žádat o nápravu stavu okamžitě bez zbytečného prodlení, nejlépe písemně, prostřednictvím delegáta nebo u odpovědného pracovníka hotelu.
- V případě nesjednané nápravy na místě, pořídit fotodokumentaci neodpovídající služby nebo nevyhovujících podmínek, pro případnou reklamaci po návratu.
- Reklamaci uplatnit písemně nejdéle do 3 měsíců po návratu z dovolené, a to u kanceláře, s níž byla rekreace vyřizována a zaplácena.
- V případě nevyřízení reklamace do 30 dnů nebo jejího nepřijetí kontaktovat nejbližší inspektorát České obchodní inspekce.

[24]

#### 4.1.6 Shrnutí

Pokud bych zhodnotila výše uvedené případy, lze konstatovat, že řešení těchto případů je především v občanskoprávní rovině, ve které si jednotliví poškození spotřebitelé sami sjednávají nápravu. Práva a povinnosti spotřebitele i prodejce proto v této oblasti upravuje především občanský zákoník.

Má práce je však zaměřena na veřejnoprávní oblast, proto se také zabývám řešením těchto případů pouze z pohledu zasahujících orgánů státní správy. Příslušným orgánem je zejména Česká obchodní inspekce, na kterou se občané mohou obracet, aby prověřila, zda se podnikatel nedopustil vůči spotřebiteli nezákonného jednání (např. klamavé nebo agresivní praktiky, nedodržení lhůty pro vyřízení reklamace a podobně). Zjistí-li inspekce nezákonné jednání, může uložit příslušnému podnikateli pokutu. Nemůže však nijak vstupovat do uzavřených smluvních vztahů a rozhodovat spory, to znamená, že nemůže prohlásit smlouvu za neplatnou či rozhodnout o vrácení kupní ceny a podobně. Dalšími orgány, na které se může spotřebitel pokud je poškozen obrátit, jsou například živnostenské úřady, Státní zemědělská a potravinářská inspekce, Státní veterinární správa a další úřady dozorující nad ochranou spotřebitele vždy v jim svěřeném úseku státní správy. Tyto uvedené orgány státní správy v čele s Českou obchodní inspekcí dohlíží na to, zda podnikatel dodržuje podmínky zákona o ochraně spotřebitele a jemu související předpisy.

## 4.2 Vlastní výzkum

V této mé vytvořené podkapitole se věnuji výsledkům mého krátkého výzkumu. Výzkum jsem zpracovávala na základě výsledků mého vytvořeného dotazníku, který obsahoval 8 otázek, z toho 3 identifikační. Zvolila jsem rozdělení respondentů dle pohlaví, věku a vzdělání. Tento dotazník jsem rozeslala nebo předložila k vyplnění 50 respondentům. Vyhodnocení otázek jsem provedla pomocí programu Excel. Získané údaje jsem poté přenesla do grafické podoby. Dotazník uvádíme v příloze č. 1.

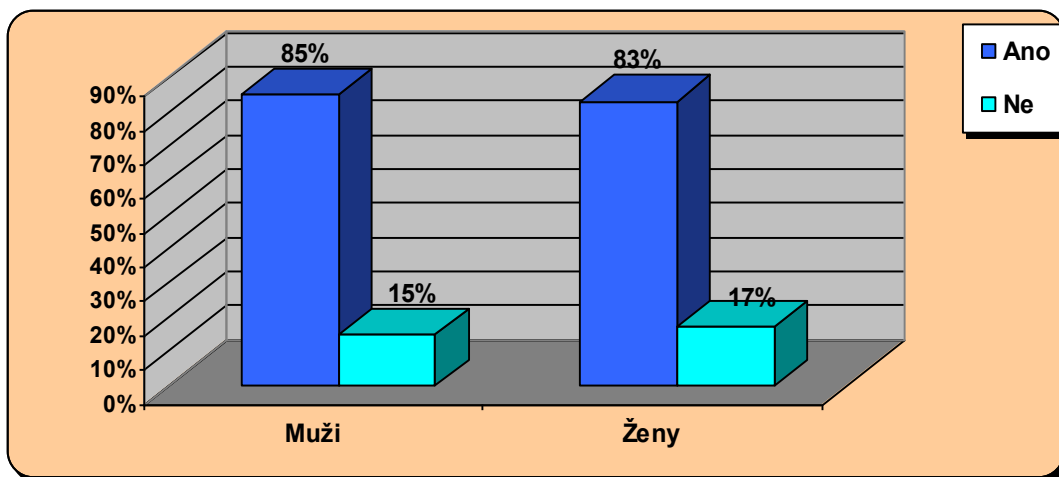
Získané výsledky spolu s řešením uvádím v následující podkapitole 4.2.1 Vyhodnocení výzkumu.

### 4.2.1 Vyhodnocení výzkumu

#### I. Podíl poškozených spotřebitelů

První otázkou jsem zjišťovala, jaké je procentuální zastoupení mužů a žen, jakožto poškozených spotřebitelů. Na tuto otázku odpovědělo všech 50 dotázaných, z toho 42 respondentů odpovědělo, že poškozeno již bylo a 8 dotázaných uvedlo, že poškozeno zatím nikdy nebylo. Z tohoto zjištění mne vyplývá, že šízení spotřebitelů se děje v poměrně rozsáhlé míře. Otázku jsem analyzovala dle pohlaví, a z tohoto rozdělení mne vyšlo, že 22 mužů bylo poškozeno a pouzí 4 muži si myslí, že poškození nebyli. U žen pak 20 odpovědělo, že poškozeno bylo a pouhé 4 uvedli, že ne. Procentuální zastoupení těchto dvou skupin uvádím v grafu.

**Obr. 4.2 Domnívají se respondenti, že se někdy dostali do role poškozeného spotřebitele**

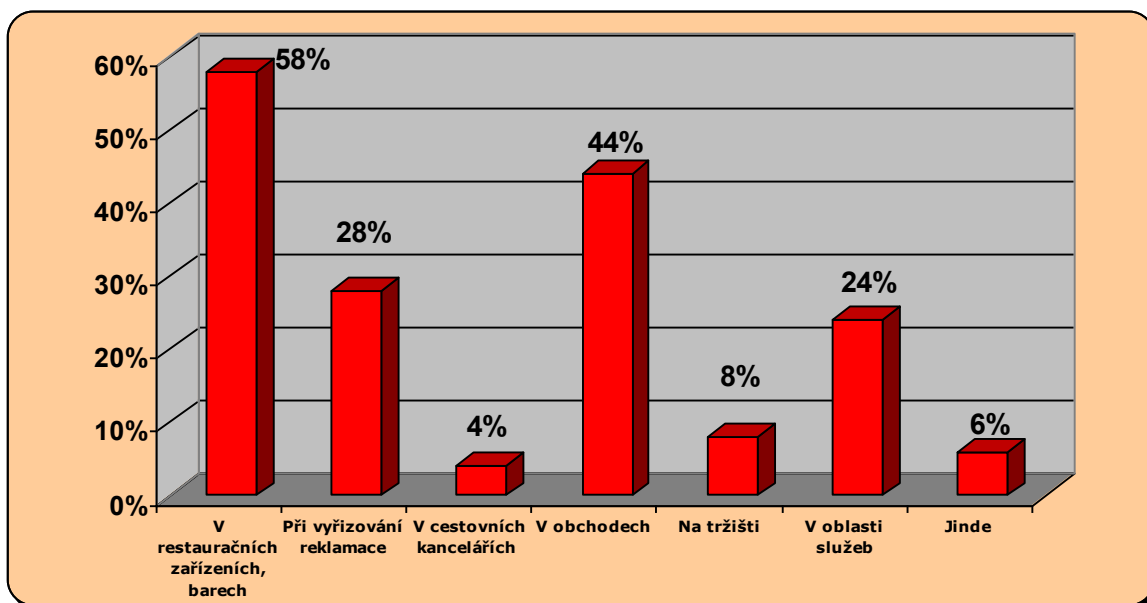


## II. Místa na kterých byli spotřebitelé poškozeni

Touto otázkou jsem se snažila zjistit, na kterých místech byli dotazovaní respondenti poškozeni. Mohli označit i více možností. Z grafu jasně vyplývá, že nejvíce dotázaných mělo problémy v restauračních zařízeních či barech. Poté následovaly obchody a třetí nejvyšší počet odpovědí byl u reklamací.

U poslední možnosti - Jinde, jsem nechala volnou odpověď, do které mohli respondenti vpisovat jiné místa, než jaké byly uvedeny v nabídce. Tuto možnost využili pouze 3 respondenti, a jejich odpovědi byly autobazar, autoservis a poslední byla předváděcí na akce na jednodenním zájezdu.

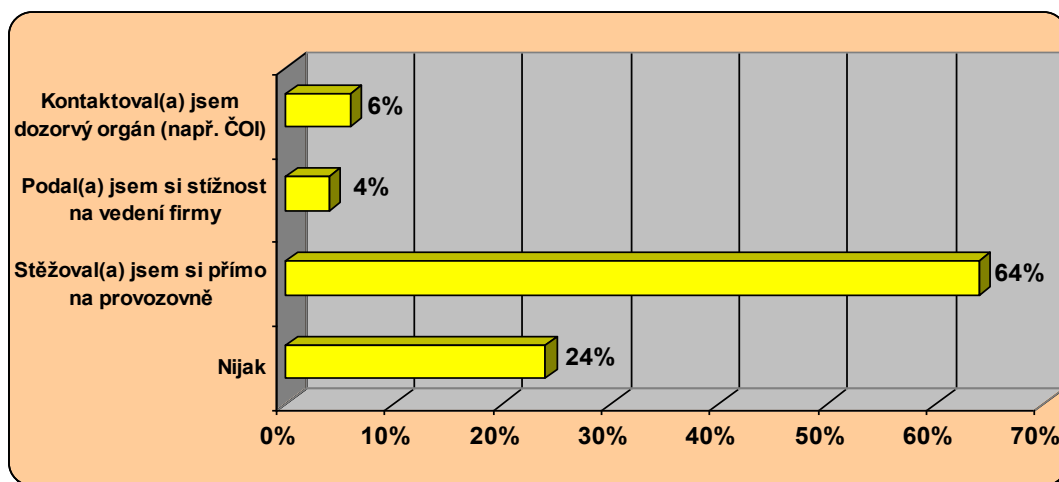
Obr. 4.3 Místa na kterých byli spotřebitelé poškozeni



## III. Jak tuto situaci řešili

U této otázky mohli dotázaní také zaznačit i více možností. Jak je z grafu patrné, situaci nejčastěji řešili stížností na prodejně, provozovně či pobočce. Druhou nejfrekventovanější odpovědí se stala odpověď, že dotázaní respondenti nijak situaci neřešili. Z těchto výsledků je zřejmé, že většina dotázaných se nerada pouští do konfliktů a raději řeší svou nespokojenost jen okamžitou stížností na provozovně či ji raději neřeší vůbec.

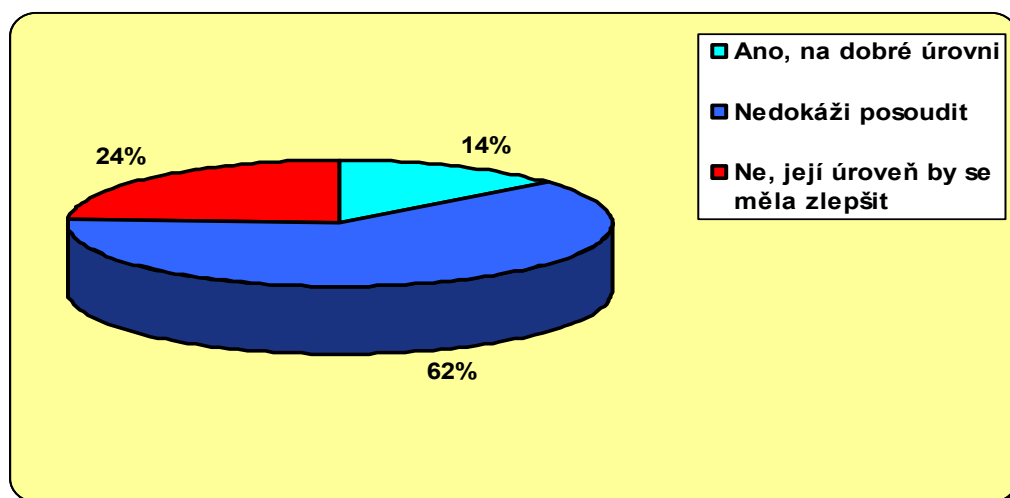
**Obr. 4.5 Jak respondenti řešili situace, když byli poškozeni**



#### **IV. Názor respondentů na Českou obchodní inspekci**

V této otázce jsem zjišťovala, jaký je názor respondentů na činnost České obchodní inspekce, jako dozorového orgánu v oblasti ochrany spotřebitele. Více než 50 % dotázaných, konkrétně 62 % odpovědělo, že její úroveň nedokáže posoudit. Z tohoto výsledku mně vyplývá, že lidé příliš neregistrují činnost tohoto dozorového orgánu, případně je její činnost nezajímá.

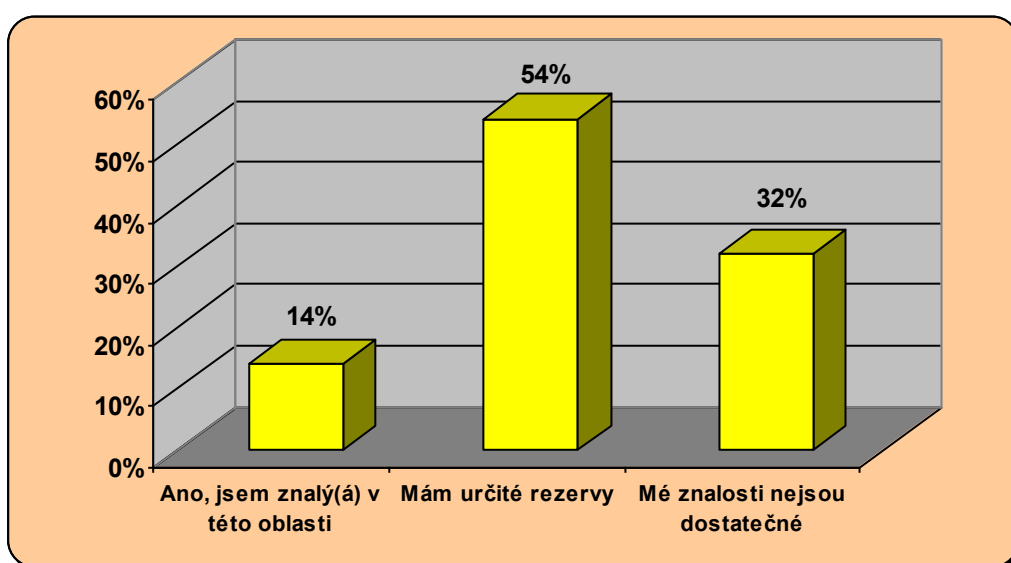
**Obr. 4.6 Názor respondentů na Českou obchodní inspekci**



## V. Znalost spotřebitelů svých práv proti nepoctivým obchodníkům

Otázkou: Myslíte si, že znáte jako spotřebitel dobře svá práva a víte jak se nejlépe bránit proti nepoctivým obchodníkům, jsem chtěla zjistit, jak jsou na tom spotřebitelé se znalostmi v právní oblasti. Z výzkumu mně vyplynulo, že znalosti běžného občana v oblasti ochrany spotřebitele jsou na špatné úrovni. Více než polovina dotázaných odpověděla, že má v této rovině určité rezervy a 32 % respondentů zaznačilo, že jejich znalosti jsou na nedostatečné úrovni. Tento výsledek tak potvrzuje mé tvrzení, jenž uvádím ve druhé kapitole v části právní příčiny poškozování spotřebitelů.

Obr. 4.7 Znalost spotřebitelů svých práv proti nepoctivým obchodníkům



### 4.2.2 Shrnutí

Kategorii věk a vzdělání jsem použila pro rozdělení respondentů na skupiny, jenž mají charakterizovat jak která věková kategorie či vzdělanostní kategorie byla nebo nebyla poškozena.

Jak je z níže uvedených tabulek patrné, poškozený může být opravdu každý člověk, a nezáleží ani příliš na věku či dosaženém vzdělání. Podvodníků a nepoctivých podnikatelů je opravdu mnoho a vyskytují se v různých oblastech, tudíž podveden může být skutečně každý člověk. U tabulky hodnotící věkové kategorie je znát nárůst počtu poškozených spotřebitelů s přibývajícím věkem, ovšem tabulka rozdělující spotřebitele dle vzdělání vykazuje jen nepatrné odchylky, které u různých vzdělanostní skupin kolísají.

**Tab. 4.1 Poškození spotřebitelů dle věkových kategorií**

<b>Poškození</b>	<b>Věkové kategorie</b>			
	<b>do 25 let</b>	<b>26 - 40 let</b>	<b>41 - 60 let</b>	<b>60 a více let</b>
<b>Ano</b>	<b>83%</b>	<b>83%</b>	<b>87%</b>	<b>100%</b>
<b>Ne</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	<b>0%</b>

**Tab. 4.2 Poškození spotřebitelů dle vzdělanostní kategorie**

<b>Poškození</b>	<b>Vzdělanostní kategorie</b>				
	<b>základní</b>	<b>odborné s výučním listem</b>	<b>středoškolské s maturitou</b>	<b>vyšší odborné</b>	<b>vysokoškolské</b>
<b>Ano</b>	<b>83%</b>	<b>80%</b>	<b>82%</b>	<b>83%</b>	<b>80%</b>
<b>Ne</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>



## 5 Závěr

Cílem mé diplomové práce byl rozbor, zhodnocení a řešení nejčastějších případů poškozování spotřebitelů. „Spotřebitelství“ zahrnuje v podstatě vše, co člověka životem provází a co k životu potřebuje, tedy jak výrobky, tak také služby. Právě za ně spotřebitelé vydávají nejvíce peněz. Svě finance chce každý člověk investovat co nejvýhodněji a proto touží je utracet za kvalitní výrobky a služby na dobré úrovni.

Realita však bohužel ukazuje na rozsáhlé praktiky nepoctivých podnikatelů, které se mi potvrdily i v rámci mého výzkumu, ze kterého vzešlo, že více než 80 % dotázaných se dostalo do role poškozeného zákazníka a to v mnoha oblastech, nejvíce však v restauračních zařízeních a také obchodech.

Myslím si, že kontrol dozorových orgánů, jakou je především Česká obchodní inspekce není nikdy dost. Česká obchodní inspekce však nemůže být všudypřítomná. Pomyslnými denními kontrolory jsou proto sami spotřebitelé, kteří se mohou podílet na eliminaci nepoctivých obchodníků tím, že sdělí své špatné zkušenosti svému okolí a sami se budou nepoctivým obchodníkům jako zákazníci vyhýbat. Doporučila bych i razantnější přístup spotřebitelů k řešení vzniklých situací a to přímo stížnostmi na vedení firem či přímo kontaktováním příslušných dozorových orgánů, nejčastěji České obchodní inspekce. Tyto možnosti mě z výzkumu vyšly jako minimálně praktikované. Mnoho spotřebitelů totiž často vůbec nereaguje na vzniklé problémy. V mém průzkumu takto řeší situace téměř čtvrtina dotázaných. Tyto výsledky poukazují na určitou laxnost spotřebitelů ke svému poškození.

Pomocnou rukou mohou být v této problematice také média. Pokud budou novináři o těchto neetických praktikách firem častěji veřejnost informovat, lidé postupně přestanou využívat služeb těchto firem. Tato osvěta by se měla zaměřit také na činnost dozorových orgánů, o kterých mnoho spotřebitelů příliš neví. Toto tvrzení mně vyplynulo z mého výzkumu, kde většina dotázaných uvedla, že má o činnosti České obchodní inspekce v podstatě malé povědomí.

Při zpracovávání mé práce jsem dospěla k zjištění, že v oblasti týkající se poškozování spotřebitelů, jsou postihy poškozujících z hlediska trestního stíhá spíše ojedinělé. Odpovědnost v oblasti poškozování spotřebitelů je tak trestána především v rovině správně právní. Trestní odpovědnost pachatele s trestněprávními důsledky, tak lze uplatňovat jen v případech, kdy nepostačuje uplatnění dle jiného právního předpisu.

Ochrana spotřebitele je jednou z podmínek dobře fungujícího tržního hospodářství. Podpořila bych proto i určité legislativní úpravy, jako je například zvýšení postihů na takovou úroveň, aby ti, co klamou a šidí spotřebitele, to skutečně pocítili a poučili se. Mnohdy jsou udělované pokuty směšné oproti ziskům některých firem.

Podle mého názoru tedy ochranu spotřebitele nelze podceňovat a je třeba se na ni dívat jako na právní problém, ale rovněž i jako na ekonomický jev. Dobrá právní úprava oblasti ochrany spotřebitele a větší osvěta spotřebitelů o svých právech může vést k eliminaci těchto negativních jevů a tím pádem k vyššímu blahobytu ve společnosti.

## Seznam literatury

### a) Knihy

- [1] ARIELY, D. *Jak drahé je zdarma*. Přel. M. Jaroš. 1.vyd. Praha: Práh, 2009. 215 s. ISBN 978-80-7252-239-2.
- [2] HOŘEJŠÍ, B.; SOUKUPOVÁ, J.; MACÁKOVÁ, L.; SOUKUP, J. *Mikroekonomie B*. 4.vyd. Praha: Management Press, s. r. o., 2008. 574 s. ISBN 978-80-7261-150-8.
- [3] HULVA, T. *Ochrana spotřebitele*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2004. 452 s. ISBN 80-7357-064-5.
- [4] HULVA, T. *Právo ochrany spotřebitele*. 1. vyd. Praha: ASPI, a. s., 2006. 360 s. ISBN 80-7357-172-2.
- [5] RIEGEL, K. *Ekonomická psychologie*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing, a.s., 2007. 248 s. ISBN 978-80-247-1185-0.
- [6] ŠÁMAL, P. a kol. *Trestní zákoník II. § 140- 421. Komentář*. 1. vyd. Praha: C.H.Beck, 2010. 2011 s. ISBN 978-80-7400-178-9.
- [7] TOMANČÁKOVÁ, J. *Ochrana spotřebitele v praxi se vzory a příklady*. 1. vyd. Praha: Linde Praha, a.s., 2008. 222 s. ISBN 978-80-7101-695-2.
- [8] VEBER, J. a kol. *Řízení jakosti a ochrana spotřebitele*. 1.vyd. Praha: Grada Publishing a.s., 2007. 204 s. ISBN 978-80-247-1782-1.

### b) Právní předpisy

- [9] Zákon č. 64/1986 Sb., o České obchodní inspekci
- [10] Zákon č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele
- [11] Zákon č. 40/2009 Sb., trestní zákoník

## c) Internetové zdroje

[12] Dostupný z WWW:

<<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/orientace-v-pravnich-ukonech/pravo-ochrany-spotrebitele-opu/1000818/46122/>> [2011-02-04]

[13] Dostupný z WWW:

<<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zakony/zakon-o-ceske-obchodni-inspekci/1001184/6044/>> [2011-02-04]

[14] Dostupný z WWW:

<<http://www.coi.cz/cs/>> [2011-03-10]

[15] Dostupný z WWW:

<[http://business.center.cz/business/pravo/zakony/trestni\\_zakon/cast2h2.aspx](http://business.center.cz/business/pravo/zakony/trestni_zakon/cast2h2.aspx)> [2011-02-10]

[16] Dostupný z WWW:

<[http://www.spotrebitele.info/aa\\_upload/f1532a13dc249fe4f531e8898842cea0/Pr\\_vodce\\_100\\_trik\\_prod\\_vaj\\_c\\_ch.pdf](http://www.spotrebitele.info/aa_upload/f1532a13dc249fe4f531e8898842cea0/Pr_vodce_100_trik_prod_vaj_c_ch.pdf)> [2011-02-11]

[17] Dostupný z WWW:

<<http://www.oecd.org/dataoecd/52/53/45683828.pdf>> [2011-03-07]

[18] Dostupný z WWW:

<<http://www.shekel.cz/2244/proc-hospody-tak-casto-sidi-sve-zakazniky>> [2011-03-15]

[19] Dostupný z WWW:

<<http://www.ahaonline.cz/clanek/trapasy/15205/10-figlu-jak-vas-sidi-v-hospode-podvod-v-kazde-treti-restauraci.html>> [2011-03-15]

[20] Dostupný z WWW:

<<http://www.pravnik.cz/a/188/rady-pro-spotrebitele-aneb-jaka-jsou-nase-prava-pri-reklamaci-zbozi.html>> [2011-03-17]

[21] Dostupný z WWW:

<<http://www.bioklub.cz/zdrava-vyziva/prosle-potraviny-%E2%80%93-hazard-s-vlastnim-zdravim/>> [2011-03-27]

[22] Dostupný z WWW:

<<http://www.szpi.gov.cz/>> [2011-04-01]

[23] Dostupný z WWW:

<<http://clanky.vareni.cz/trvanlivost-potravin/>> [2011-04-01]

[24] Dostupný z WWW:

<<http://www.coi.cz/cs/aktuality-1/archiv-aktualit/kontroly-ck-a-ca-v-roce-2010.html>>  
[2011-04-09]

[25] Dostupný z WWW:

<[http://www.spotřebitel.cz/index.php?option=com\\_content&view=article&id=111997:reklamace-jidla-v-restauraci&catid=112&Itemid=358](http://www.spotřebitel.cz/index.php?option=com_content&view=article&id=111997:reklamace-jidla-v-restauraci&catid=112&Itemid=358)> [2011-04-02]

[26] Dostupný z WWW:

<<http://www.sennheiser.cz/nekupujte-padelky.html>> [2011-04-02]

[27] Dostupný z WWW:

<<http://www.coi.cz/cs/tiskovy-servis/vysledky-kontrol/padelky-a-jina-zjisteni-v-centru-prahy.html>> [2011-04-09]

[28] Dostupný z WWW:

<<http://www.dtest.cz/>> [2011-03-26]

[29] Dostupný z WWW:

<<http://www.ochrance.cz/chcete-si-stezovat/zivotni-situace-problemy-a-jejich-reseni/ochrana-spotrebitele/>> [2011-04-10]

[30] Dostupný z WWW:

<[www.justice.cz](http://www.justice.cz)> [2011-02-26]

## Seznam zkratek

ČOI.....	Česká obchodní inspekce
Sb.....	sbírka
Kč.....	koruna
ČR.....	Česká republika
Např.....	například
Apod.....	a podobně
Atd.....	a tak dále
Tzv.....	takzvaně
Str.....	strana
Obr.....	obrázek
Tab.....	tabulka
RPSN.....	roční procentní sazba nákladů
Č.....	číslo
Kg.....	kilogram

## Prohlášení o využití výsledků diplomové práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO)
- má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové (bakalářské) práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne .....

.....  
Kamila Poledníková

Adresa trvalého pobytu:

Hlučínská 107/446

747 14 Ludgeřovice

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Dotazník

**Příloha č. 2:** Statistické údaje dle ČOI za rok 2010

**Příloha č. 3:** Statistické údaje dle ČOI za rok 2009

**Příloha č. 4:** Statistické údaje dle ČOI za rok 2008

**Příloha č. 5:** Statistické údaje dle ČOI za rok 2007

**Příloha č. 6:** Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2009

**Příloha č. 7:** Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2008

**Příloha č. 8:** Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2007



Dobrý den,

jmenuji se Kamila Poledníková, jsem studentkou 5. ročníku Vysoké školy báňské – Technické univerzity v Ostravě. Studuji obor Ekonomika a právo v podnikání a zpracovávám diplomovou práci na téma:

**Nejčastější případy poškození spotřebitelů a jejich řešení.**

Součástí mé práce je krátký výzkum, jehož součástí je tento dotazník. Žádám Vás proto o chvíli času a vyplnění tohoto krátkého dotazníku.

Dotazník je anonymní a jeho výsledky budou použity výhradě pro záměry mé diplomové práce. Velmi Vám děkuji.

1. Dostali jste se někdy do role poškozeného spotřebitele?

☐ Ano

☐ Ne (Prosím přejděte na otázku č. 4)

2. Na jakých místech jste byli poškozeni? (Můžete označit i více odpovědí)

☐ V restauračních zařízeních, barech

☐ V obchodech

☐ Při vyřizování reklamace

☐ Na tržišti

☐ V cestovních kancelářích při koupi zájezdu

☐ V oblasti služeb

☐ Jinde (Prosím doplňte)

3. Jak jste tuto situaci řešili? (Můžete označit i více odpovědí)

☐ Nijak

☐ Stěžoval(a) jsem si přímo na prodejně, provozovně, pobočce

☐ Podal(a) jsem si stížnost na vedení firmy

☐ Kontaktoval(a) jsem dozorový orgán (např. Českou obchodní inspekci)

4. Myslíte si, že Česká obchodní inspekce jako kontrolní a dozorový orgán zastává své povinnosti v dostatečné míře?

☐ Ano

☐ Nedokáži posoudit

☐ Ne, její úroveň by se měla zlepšit

5. Myslíte si, že znáte jako spotřebitel dobře svá práva a víte jak se nejlépe bránit proti nepoctivým obchodníkům?

☐ Ano, jsem znalý(á) v této oblasti

☐ Mám určité rezervy

☐ Mé znalosti nejsou dostatečné

6. Jaké je Vaše pohlaví?

☐ Muž

☐ Žena

7. Jaký je Váš věk?

☐ do 25 let

☐ 41 – 60 let

☐ 26 – 40 let

☐ 60 a více let

8. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

☐ Základní

☐ Vyšší odborné

☐ Odborné s výučním listem

☐ Vysokoškolské

☐ Středoškolské s maturitou

## Příloha číslo 2

### Statistické údaje dle ČOI za rok 2010

Počet provedených kontrol a počet kontrol se zjištěným porušením v roce 2010

Inspektorát ČOI	Počet kontrol	Počet kontrol se zjištěným porušením	Podíl kontrol se zjištěným porušením v %
Středočeský a Hl. m. Praha	8 178	1 754	21,4
Jihočeský a Vysočina	5 793	1 931	33,3
Plzeňský a Karlovarský	7 115	2 637	37,1
Ustecký a Liberecký	7 207	2 124	29,5
Královéhradecký a Pardubický	5 352	1 601	29,9
Jihomoravský a Zlínský	7 043	2 865	40,7
Moravskoslezský a Olomoucký	7 313	2 373	32,4
<b>Celkem</b>	<b>48 001</b>	<b>15 285</b>	<b>31,8</b>

Přehled uložených sankcí v roce 2010

Inspektorát ČOI	Uložené sankce celkem	
	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl. m. Praha	1 787	14 819 800
Jihočeský a Vysočina	1 911	6 584 000
Plzeňský a Karlovarský	2 737	6 430 500
Ustecký a Liberecký	2 062	7 386 800
Královéhradecký a Pardubický	1 535	8 544 000
Jihomoravský a Zlínský	2 920	11 250 500
Moravskoslezský a Olomoucký	2 394	7 825 000
<b>Celkem</b>	<b>15 346</b>	<b>62 840 600</b>

Z toho: sankce ve správním řízení a uložené blokové pokuty

Inspektorát ČOI	Sankce ve správním řízení		Uložené blokové pokuty	
	počet	výše v Kč	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl. m. Praha	1 724	14 773 800	63	46 000
Jihočeský a Vysočina	1 445	6 246 000	466	338 000
Plzeňský a Karlovarský	2 386	6 193 000	351	237 500
Ustecký a Liberecký	1 753	7 111 300	309	275 500
Královéhradecký a Pardubický	1 339	8 422 000	196	122 000
Jihomoravský a Zlínský	2 515	10 818 500	405	432 000
Moravskoslezský a Olomoucký	2 086	7 549 000	308	276 000
<b>Celkem</b>	<b>13 248</b>	<b>61 113 600</b>	<b>2 098</b>	<b>1 727 000</b>

### Počet kontrol a zjištěných porušení dle vybraných zákonů v roce 2010

Zákon č.	Popis	Počet kontrol	Počet kontrol se zjištěním
64/1986 Sb.	o České obchodní inspekci	19 463	2 551
634/1992 Sb.	o ochraně spotřebitele	41 859	11 220
22/1997 Sb.	o technických požadavcích na výrobky, vč. Rapex	11 382	1 041
102/2001 Sb.	o obecné bezpečnosti výrobků vč. Rapex	16 687	253
311/2006 Sb.	o pohonných hmotách	1 085	131
321/2001 Sb.	o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru	153	71
353/2003 Sb.	o spotřebních daních	5 969	160
379/2005 Sb.	o opatřeních před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami	5 160	268
477/2001 Sb.	o obalech	1 521	66
455/1991 Sb.	o živnostenském podnikání	1 564	14
	Vyhledávací kontroly na výrobky uvedené v systému Rapex	16 105	52

Pozn.: Při jedné kontrole mohlo být kontrolováno i více zákonů najednou.

### Přehled spolupráce s ostatními orgány dle počtu kontrol

Státní orgán	Počet kontrol 2009	Počet kontrol 2010
Živnostenské úřady	3 192	3 075
Služba Cizinecké policie	454	401
Policie ČR	471	128
Městská policie	197	76
Celní správa	499	409
Obecní úřad/městský úřad	31	22
Hasičský záchranný sbor	4	10
Hygiena	76	46
Puncovní úřad	17	1
Český metrologický institut	6	16
Český telekomunikační úřad	19	18
Česká inspekce životního prostředí	53	25
Státní zemědělská a potravinářská inspekce	2	5
Drážní úřad	14	1
Český úřad pro kontrolu zbraní a střeliva	3	3
Dopravní úřad	9	7
Zahraniční dozorový orgán	7	41
Ústav paliv a maziv	111	103

## Podání

Podle předmětu byla přijata a evidována např. tato podání:

Předmět podání	Počet
Okruhy nepříslušející COI	3 535
Ostatní – nespecifikované	2 518
Ust. §§ 13 a 19 zákona č. 634/1992 Sb. - reklamace	2 446
Problematika reklamaci mimo ust. §§13 a 19 zák. č.634/1992 Sb., obč. - práv. spor	3 557
Ust. § 3 zákona č. 634/1992 Sb.	718
Nekalé obchodní praktiky mimo porušování průmyslového a duševního vlastnictví	675
Porušování průmyslového a duševního vlastnictví	71
Internetový obchod	1 127
Služby mimo veřejné stravování, taxislužbu, cestovní kanceláře	430
Veřejné stravování	441
Cestovní kanceláře	70
Taxislužba	23
Bezpečnost výrobků	411
Informační povinnosti	450
Zasílatelské a předváděcí firmy	296
Potraviny	546
Porušení zákona č. 22/1997 Sb. – o technických požadavcích na výrobky	196
Ust. § 12 zákona č. 634/1992 Sb. – seznámení s cenou	336
Ust. § 16 zákona č. 634/1992 Sb. – doklad o poskytnutí služby / výrobku	203
Diskriminace	83
Zákon č. 311/2006 Sb. - pohonné hmoty	303
Spotřebitelský úvěr	119
Jakost spotřebního zboží (mimo PHM a potraviny)	38
Obaly zákon č. 477/2001 Sb.	36
Neoprávněné podnikání	33
Zákon č. 379/2005 Sb. - ochrana mládeže (alkohol, tabákové výrobky)	23
Zákon č. 353/2003 Sb. - o spotřebních daních -tabákové výrobky	22
<b>Všech podání celkem (i zde nespecifikovaných)</b>	<b>18 893</b>

## Příloha číslo 3

### Statistické údaje dle ČOI za rok 2009

Počet provedených kontrol a počet kontrol se zjištěným porušením v roce 2009

Inspektorát ČOI	Počet kontrol	Počet kontrol se zjištěným porušením	Podíl kontrol se zjištěným porušením v %
Středočeský a Hl. m. Praha	8 606	2 381	27,7
Jihočeský a Vysočina	5 748	2 023	35,2
Plzeňský a Karlovarský	8 576	2 281	26,6
Ústecký a Liberecký	7 248	2 318	32,0
Královéhradecký a Pardubický	4 858	1 532	31,5
Jihomoravský a Zlínský	7 118	2 539	35,7
Moravskoslezský a Olomoucký	7 455	2 625	35,2
<b>Celkem</b>	<b>49 609</b>	<b>15 699</b>	<b>31,6</b>

Přehled uložených sankcí v roce 2009

Inspektorát ČOI	Uložené sankce celkem	
	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl. m. Praha	2 069	15 388 500
Jihočeský a Vysočina	1 942	7 260 000
Plzeňský a Karlovarský	1 970	7 814 000
Ústecký a Liberecký	2 212	9 592 100
Královéhradecký a Pardubický	1 348	5 530 000
Jihomoravský a Zlínský	2 419	9 200 000
Moravskoslezský a Olomoucký	2 404	6 454 500
<b>Celkem</b>	<b>14 364</b>	<b>61 239 100</b>

Z toho: sankce ve správním řízení a uložené blokové pokuty

Inspektorát ČOI	Sankce ve správním řízení		Uložené blokové pokuty	
	počet	výše v Kč	počet	výše v Kč
Středočeský a Hl. m. Praha	1 994	15 323 500	75	65 000
Jihočeský a Vysočina	1 354	6 881 500	588	378 500
Plzeňský a Karlovarský	1 820	7 707 000	150	107 000
Ústecký a Liberecký	1 895	9 295 600	317	296 500
Královéhradecký a Pardubický	1 247	5 475 500	101	54 500
Jihomoravský a Zlínský	2 166	8 916 000	253	284 000
Moravskoslezský a Olomoucký	2 075	6 210 500	329	244 000
<b>Celkem</b>	<b>12 551</b>	<b>59 809 600</b>	<b>1 813</b>	<b>1 429 500</b>

Počet kontrol a zjištěných porušení dle vybraných zákonů v roce 2009

Zákon č.	Popis	Počet kontrol	Počet kontrol se zjištěním
64/1986 Sb.	o České obchodní inspekci	18 053	2 084
634/1992 Sb.	o ochraně spotřebitele	40 671	11 448
22/1997 Sb.	o technických požadavcích na výrobky	11 890	1 285
102/2001 Sb.	o obecné bezpečnosti výrobků	15 530	468
311/2006 Sb.	o pohonných hmotách	1 083	77
321/2001 Sb.	o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru	174	65
353/2003 Sb.	o spotřebních daních	5 704	23
379/2005 Sb.	o opatřeních před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a jinými návykovými látkami	8 886	964
477/2001 Sb.	o obalech	1 444	89
455/1991 Sb.	o živnostenském podnikání	3 094	10

## Statistické údaje dle ČOI za rok 2008

### Výsledky kontrol

Počet zjištěných porušení podle jednotlivých zákonů v roce 2008

Zákony	Popis	Počet zjištění
zák.č. 64/1986 Sb.,	o České obchodní inspekci	1497
zák.č. 634/1992 Sb.,	o ochraně spotřebitele	13178
zák.č. 22/1997 Sb.,	o technických požadavcích na výrobky	960
zák.č. 102/2001 Sb.,	o obecné bezpečnosti výrobků	171
zák.č. 455/1991 Sb.,	živnostenský zákon	24
zák.č. 86/2002 Sb.,	o ochraně ovzduší	16
zák.č. 321/2001 Sb.,	o některých podmínkách sjednávání spotřebitelského úvěru	141
zák.č. 353/2003 Sb.,	o spotřebních daních	14
zák.č. 676/2004 Sb.,	o povinném značení lihu	2
zák.č. 379/2005 Sb.,	o opatřeních k ochraně před škodami působenými tabákovými výrobky, alkoholem a inými návykovými látkami	294
zák.č. 247/2006 Sb.,	o omezení provozu zastaváren a některých jiných provozoven v noční době	10
zák.č. 311/2006 Sb.,	o pohonných hmotách	98
zák.č. 477/2001 Sb.,	o obalech	85
vyhl.č. 174/1992 Sb.,	o pyrotechnických výrobcích a zacházení s nimi	11
	další právní předpisy neuvedené v seznamu	81



**Přehled spolupráce dle počtu kontrol**

Státní orgán	Počet kontrol
Živnostenské úřady	3081
Služba Cizinecké policie	1105
Policie ČR	73
Městská policie	169
Celní správa	673
Magistrát města	6
Finanční úřad	1
Orgány ochrany veřejného zdraví	18
Puncovní úřad	7
Český metrologický institut	5
Český telekomunikační úřad	22
Česká inspekce životního prostředí	9
Státní zemědělská a potravinářská inspekce	45
Úřad práce	6
Drážní inspekce	3
Krajská veterinární správa	2
Státní úřad inspekce práce	4
Český úřad pro kontrolu zbraní a stříelné zbraně	2

## Příloha číslo 5

### Statistické údaje dle ČOI za rok 2007



<i>Sledovaný ukazatel</i>	<i>Počet</i>	<i>Zjištění %</i>	<i>Hodnota v Kč</i>
Kontroly v roce 2007	53 679		
Kontroly se zjištěním	16 897	31,5 %	
Kontroly k zák. č. 22/1997 Sb.	13 764	6,6 %	
Kontroly k zák. č. 102/2001 Sb.	9 118	0,5 %	
Kontrolní nákupy	26 164		
Předražené kontrolní nákupy	1 314	5,0 %	
Průměrné předražení		3,6 %	
Uložené blokové pokuty	10 658		9 586 000,-
Pokuty ve SR v právní moci	3 867		26 396 000,-
Správní řízení s neznámou osobou (stánky)	731		
Vykázaná ochranná opatření	12		
Zákaz prodeje výrobků nevhodných na trh	841 734 ks		440 217 910,-
Zabrané padělky a rozmnoženiny	378 356 ks		347 730 880,-
Zlikvidované padělky a rozmnoženiny	268 725 ks		210 721 060,-
Výrobky předané pro humanitární účely	12 098 ks		14 208 420,-
Podání občanů	12 198		
Přijatá odvolání proti rozhodnutí 1. instance	247		
Rozhodnutí zrušená ÚŘ	25		
Notifikace přijaté z RAPEX	1 021		
Notifikace podané do RAPEX	49		



# Příloha číslo 6

## Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2009

### § 121 - Poškození spotřebitele

	ČR	OSZ a KSZ									VSZ	
		Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM		Praha	Olomouc
Vyřízeno proti os. celkem	11	2	1	0	0	0	3	0	5		0	0
Počet tr. činů celkem	11	2	1	0	0	0	3	0	5		0	0
Odloženo (mimo zkrác. přípr. řízení)	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
§159a/2-§11a) tr. ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
§159a/2-§11d) tr. ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
z toho osob ve věku 14-15 let	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Stíhané os. celkem	10	2	1	0	0	0	2	0	5		0	0
ženy	2	1	0	0	0	0	1	0	0		0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Obžalované os. celkem	10	2	1	0	0	0	2	0	5		0	0
ženy	2	1	0	0	0	0	1	0	0		0	0
zvl.nebezpeč.recid.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 15-17	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 18-19	1	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0
věk 20-24	1	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0
věk 25-29	3	0	0	0	0	0	1	0	2		0	0
věk 30-39	3	1	1	0	0	0	1	0	0		0	0
věk 40-49	1	1	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 50 a více	2	0	0	0	0	0	0	0	2		0	0
Zastaveno tr. stíhání celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
§172/1d-§11-1a tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
§172/1d-§11-1d tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
podmíněně zastaveno	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
narovnání	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Přerušeno	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Zkrác. přípr. řízení celkem	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Podán návr. na potr. celkem	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 15-17.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 18-19	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 20-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 25-29	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 30-39	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
věk 40-49	1	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0
věk 50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Odloženo §179c tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Odloženo §179g tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
Postoupeno (volitel.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0

podle údajů státních zastupitelství

## § 121 - Poškození spotřebitele

	Území								
	ČR	Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM
TRESTNÉ ČINY - celkem	5	0	1	0	0	0	1	0	3
z toho vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODSOUZENO - osob celkem	3	0	1	0	0	0	0	0	2
z toho žen	1	0	0	0	0	0	0	0	1
vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jiné návykové látky	0	0	0	0	0	0	0	0	0
recidivistů	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15 - 17	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18 - 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 - 24	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25 - 29	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 39	2	0	1	0	0	0	0	0	1
40 - 49	1	0	0	0	0	0	0	0	1
50 a více	1	0	0	0	0	0	0	0	1
TREST NEPO - celkem	1	0	0	0	0	0	0	0	1
z toho do 1 roku	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 1 r. do 5 r.	1	0	0	0	0	0	0	0	1
přes 5 r. do 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
doživotí	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TREST PO	2	0	1	0	0	0	0	0	1
ZÁKAZ ČINNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBEČNÉ PROSPĚŠNÉ PRÁCE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTNÍ OPATŘENÍ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UPUŠTĚNO od potrestání	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTY ve spoj. s jinými tr.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZÁKAZ ČINNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÉ LÉČENÍ - celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protialkoholní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protitoxikomanické	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ostatní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÁ VÝCHOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZPROSTĚNO	2	0	0	0	0	1	0	1	0
ZASTAVENO	1	1	0	0	0	0	0	0	0
z toho amnestie	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSTOUPENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0

podle údajů soudů

# Příloha číslo 7

## Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2008

§ 121 - Poškození spotřebitele

	ČR	OSZ a KSZ								VSZ	
		Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM	Praha	Olomouc
Vyřizeno proti os. celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Počet tr. činů celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Odloženo (mimo zkrác. přípr. řízení)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§159a/2-§111a) tr. ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§159a/2-§111d) tr. ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho osob ve věku 14-15 let	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Stíhané os. celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Obžalované os. celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zvl.nebezpeč.recid.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15-17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18-19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 20-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 25-29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 30-39	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
věk 40-49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zastaveno tr. stíhání celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§172/1d-§11-1a tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§172/1d-§11-1d tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
podmíněně zastaveno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
narovnání	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Přerušeno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Zkrác. přípr. řízení celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Podán návr. na potr. celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ženy	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15-17.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18-19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 20-24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 25-29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 30-39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 40-49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Odloženo §179c tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Odloženo §179g tr.ř.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Postoupeno (volitel.)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

podle údajů státních zastupitelství

## § 121 - Poškození spotřebitele

	Území								
	ČR	Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM
TRESTNÉ ČINY - celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0
z toho vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODSOUZENO - osob celkem	1	0	0	0	1	0	0	0	0
z toho žen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jiné návykové látky	0	0	0	0	0	0	0	0	0
recidivistů	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15 - 17	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18 - 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 - 24	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25 - 29	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 39	1	0	0	0	1	0	0	0	0
40 - 49	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TREST NEPO - celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho do 1 roku	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 1 r. do 5 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 5 r. do 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
doživotí	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TREST PO	1	0	0	0	1	0	0	0	0
ZÁKAZ ČINNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBEČNÉ PROSPĚŠNÉ PRÁCE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTNÍ OPATŘENÍ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UPUŠTĚNO od potrestání	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTY ve spoj. s jinými tr.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZÁKAZ ČINNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÉ LÉČENÍ - celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protialkoholní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protitoxikomanické	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ostatní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÁ VÝCHOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZPROŠTĚNO	5	1	0	1	1	0	0	2	0
ZASTAVENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho amnestie	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSTOUPENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0

podle údajů soudů

# Příloha číslo 8

## Statistické údaje dle ministerstva spravedlnosti za rok 2007

### § 121 - Poškození spotřebitele

	ČR	OSZ a KSZ								VSZ	
		Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM	Praha	Olomouc
VYŘÍZENO proti osobám	10	5	0	2	0	1	1	0	1	0	0
POČET trestných činů	10	5	0	2	0	1	1	0	1	0	0
ODLOŽENO dle § 159a tr.f.	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§ 159a/2 - § 11/1a) tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§ 159a/2 - § 11/1d) tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
STÍHÁNO osob	9	4	0	2	0	1	1	0	1	0	0
z toho žen	3	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBŽALOVÁNO osob	8	4	0	0	0	1	1	0	0	0	0
z toho žen	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
zvl.nebezpeč. recidivistů	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15 - 17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dlvek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18 - 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 - 24	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25 - 29	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40 - 49	3	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0
50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TR. STÍHÁNÍ ZASTAVENO	3	0	0	2	0	0	0	0	1	0	0
§ 172/1d - § 11/1a) tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
§ 172/1d - § 11/1d) tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
podmíněně zastaveno	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
narovnání	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TR. STÍHÁNÍ PŘERUŠENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZKRÁCENÉ PŘÍPRAV. ŘÍZENÍ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho žen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
mladiství	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PODÁN NÁVRH NA POTRESTÁNÍ	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho žen	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15 - 17	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dlvek	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18 - 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 - 24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25 - 29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 39	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40 - 49	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODLOŽENO dle § 179c tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODLOŽENO dle § 179g tr.f.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSTOUPENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

podle údajů státních zastupitelství

## § 121 - Poškození spotřebitele

	Území								
	ČR	Praha	StČ	JČ	ZČ	SČ	VČ	JM	SM
TRESTNĚ ČINY - celkem	2	0	0	0	0	0	0	2	0
z toho vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ODSOUZENO - osob celkem	2	0	0	0	0	0	0	2	0
z toho žen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
vliv alkoholu	0	0	0	0	0	0	0	0	0
jiné návykové látky	0	0	0	0	0	0	0	0	0
recidivistů	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 15 - 17	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho dívek	0	0	0	0	0	0	0	0	0
věk 18 - 19	0	0	0	0	0	0	0	0	0
20 - 24	1	0	0	0	0	0	0	1	0
25 - 29	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30 - 39	0	0	0	0	0	0	0	0	0
40 - 49	1	0	0	0	0	0	0	1	0
50 a více	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TREST NEPO - celkem	1	0	0	0	0	0	0	1	0
z toho do 1 roku	1	0	0	0	0	0	0	1	0
přes 1 r. do 5 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 5 r. do 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
přes 15 r.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
doživotí	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TREST PO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZÁKAZ ČINNOSTI	1	0	0	0	0	0	0	1	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OBEZNĚ PROSPĚŠNÉ PRÁCE	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTNÍ OPATŘENÍ	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UPUŠTĚNO od potrestání	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TRESTY ve spoj. s jinými tr.	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZÁKAZ ČINNOSTI	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PENĚŽITÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
JINÝ TREST	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÉ LÉČENÍ - celkem	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protialkoholní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
protitoxikomanické	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ostatní	0	0	0	0	0	0	0	0	0
OCHRANNÁ VÝCHOVA	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ZPROŠTĚNO	5	2	0	1	0	0	1	1	0
ZASTAVENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0
z toho amnestie	0	0	0	0	0	0	0	0	0
POSTOUPENO	0	0	0	0	0	0	0	0	0

podle údajů soudů